

REALISIERUNG UND UMSETZUNG:

TU Berlin | Gründungsservice
Hardenbergstraße 36A
10623 Berlin

www.gruendung.tu-berlin.de

IN KOOPERATION MIT:

Nationalem Alumniprogramm der TU Berlin
Straße des 17. Juni 135
10623 Berlin

www.alumni.tu-berlin.de

WERDEN SIE SPONSOR!

Als Sponsor unseres nächsten Katalogs bzw. der Ausstellung haben Sie die Möglichkeit, unser Vorhaben aktiv zu unterstützen. Gleichzeitig profitieren Sie durch die Nennung auf allen Werbematerialien und bei den Medienansprachen.

Kontakt: www.gruendung.tu-berlin.de



Profil zeigen III: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

Mit diesem dritten Band sind nun bereits 75 Portraits von Gründerinnen und Gründern der TU Berlin erstellt. Wir führen damit eine Ausstellung fort, die die Vielfalt der Gründerpersönlichkeiten, die ihrer gegründeten Unternehmen und der Wege zur Gründung aufzeigt. Es wird deutlich, dass an der TU Berlin nicht nur gelehrt und geforscht, sondern auch erfolgreich gegründet wird. Wir laden Sie herzlich ein, sich mit dem Thema Gründung auseinanderzusetzen und sich Ihr eigenes, vielleicht neues Bild von den Unternehmerinnen und Unternehmern der TU Berlin zu machen.

ISBN 978-3-798321-73-1



DIESES VORHABEN WIRD VON DER EUROPÄISCHEN UNION UND VOM LAND BERLIN KOFINANZIERT
Europäischer Sozialfonds



Profil zeigen III: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

Profil zeigen III: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin



Unternehmen gründen. Die Zukunft in die eigene Hand nehmen

Wir unterstützen Sie in jeder Phase Ihres Gründungsvorhabens – egal, ob Sie nur eine erste Idee oder schon einen fertigen Businessplan haben.

UNSERE ANGEBOTE:

- Sensibilisierung
- Orientierung
- Beratung
- Qualifizierung
- Raum- und Gerätenutzung

KONTAKT

TU Berlin | Gründungsservice
Hardenbergstraße 36A
10623 Berlin
Tel: 030 / 314-78579
Email: gruendung@tu-berlin.de
www.gruendung.tu-berlin.de



Profil zeigen III:
Gründerinnen und
Gründer
der TU Berlin



Grußwort von Prof. Dr. Kurt Kutzler

PRÄSIDENT DER TECHNISCHEN UNIVERSITÄT BERLIN

Mit der Ausstellung »Profil zeigen: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin« weist die Technische Universität Berlin darauf hin, dass sie ihr Profil als unternehmerische Universität mit vielfältigen Angeboten zur Förderung von Gründungen in den vergangenen Jahren gezielt geschärft hat. Die Angebote reichen dabei von der Vermittlung von Gründungswissen in der akademischen Lehre über umfassende Beratungsangebote zur Geschäftsmodellentwicklung und Finanzierung, der Nutzung von Räumen und Geräten bis hin zu maßgeschneiderten Qualifizierungsprogrammen.

Diese Profilbildung trägt Früchte: Mittlerweile steht die Technische Universität Berlin über ihr Nationales Alumniprogramm in Kontakt zu rund 1.000 Alumni, die ein eigenes Unternehmen gegründet haben und kann auf die stolze Zahl von 431 Unternehmen verweisen, die seit 2001 an der TUB-Gründungsumfrage teilgenommen haben. Für das Jahr 2007 ergeben sich in den von Alumni der Technischen Universität Berlin gegründeten Unternehmen ein Umsatz von 1,35 Mrd. Euro und ca. 10.400 Arbeitsplätze. Vier von fünf Unternehmen sind in der Region Berlin-Brandenburg angesiedelt. Damit leistet die Technische Universität Berlin einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaft-

lichen Entwicklung und Innovationskraft der Hauptstadt.

Die vom Europäischen Sozialfonds geförderte Wanderausstellung »Profil zeigen: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin« aus dem Projekt HUMAN VENTURE setzt die Bemühungen der Technischen Universität Berlin um ein gründungsfreundliches Klima fort. Mittlerweile stellt die Ausstellung 75 der Alumni-Unternehmerinnen und Unternehmer der Technischen Universität Berlin vor. Ein besonderes Ziel der Ausstellung und des Kataloges ist es nicht zuletzt, das große Gründungspotenzial an der Technischen Universität Berlin pointiert und akzentuiert zu kommunizieren.

Als Präsident der Technischen Universität Berlin ist es mir daher eine besondere Freude, der Wanderausstellung »Profil zeigen« und den vorgestellten Gründerinnen und Gründern weiterhin ein großes Gelingen sowie den Leserinnen und Lesern des Kataloges eine anregende Lektüre zu wünschen.

Berlin, im Dezember 2009

Prof. Dr. Kurt Kutzler



Grußwort von Prof. Dr. Jürgen E. Zöllner

BERLINER SENATOR FÜR BILDUNG, WISSENSCHAFT
UND FORSCHUNG

Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten wie wir sie aktuell im Rahmen der weltweiten Finanzkrise erleben, sind unternehmerisches Denken, Handeln und Wissen ein wesentliches Element zur Stimulierung der Märkte und Schaffung neuer Impulse. Der Bildungspolitik fällt in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle zu, indem sie geeignete Rahmenbedingungen zum Innovations- und Wissenstransfer aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen schafft, Ideenreichtum und kreative Ansätze zur Entwicklung innovativer, marktfähiger Produkte belohnt und Perspektiven zur Schaffung neuer Arbeitsplätze aufzeigt. Nur so schaffen wir es, den Wirtschaftsstandort Berlin langfristig zu stärken und dauerhaftes Wachstum zu erzielen.

Ich freue mich, dass die Technische Universität Berlin die Förderung von Unternehmertum und Gründung als wichtige Aufgabe neben Forschung und Lehre betrachtet. Mit ihren vielfältigen Angeboten unterstützt sie insbesondere innovative und technologieorientierte Gründungen und begleitete in der 2007 neu eröffneten Gründungswerkstatt viele Start-up-Teams auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit. Die von der Berliner Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung im Rahmes

des Projektes HUMAN VENTURE geförderte Wanderausstellung »Profil zeigen: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin« setzt ein Zeichen, indem sie erfolgreiche Gründerinnen und Gründer aus der Technischen Universität Berlin portraitiert und als Vorbilder darstellt. Der vorliegende Ausstellungskatalog »Profil zeigen III«, der als fortgeführte Reihe erscheint und durch den Europäischen Sozialfonds und private Sponsoren finanziert wurde, stellt weitere 25 Alumni-Unternehmen ausführlich vor und spiegelt damit die Vielfalt der Unternehmensgründungen und das Gründungspotenzial der Technischen Universität Berlin an ausgewählten Beispielen wider.

Ich danke ausdrücklich den vorgestellten Alumni-Unternehmen für ihre Unterstützung beim Zustandekommen dieser außergewöhnlichen Ausstellung. Den porträtierten Unternehmerinnen und Unternehmern wie auch der TU Berlin mit ihren Gründungsangeboten wünsche ich weiterhin viel Erfolg.

Berlin, im Dezember 2009

Prof. Dr. Jürgen E. Zöllner



Foto: TU Berlin

Profil zeigen III: Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

Mit diesem dritten Band sind nun bereits 75 Portraits von Gründerinnen und Gründern der TU Berlin erstellt. Wir führen damit eine Ausstellung fort, die die Vielfalt der Gründerpersönlichkeiten, die ihrer gegründeten Unternehmen und der Wege zur Gründung aufzeigt. Es wird deutlich, dass an der TU Berlin nicht nur gelehrt und geforscht, sondern auch erfolgreich gegründet wird.

Wir laden Sie herzlich ein, sich mit dem Thema Gründung auseinanderzusetzen und sich Ihr eigenes, vielleicht neues Bild von den Unternehmerinnen und Unternehmern der TU Berlin zu machen.

A. v. Matuschka

Agnes von Matuschka
Leiterin Gründungsservice

GEFÖRDERT VON



SPONSOREN



Inhalt

Gründerinnen und Gründer der TU Berlin

8	Uwe Ahrens aap Implantate AG	44	Dr. Tobias Wittmann SunCoal Industries GmbH	76	Carsten Pahl Pahl IndustrieSoftware
12	Dr. Yasmina Bock avanion GmbH	48	Henry Westphal und Guido Kuhlmann Tigris Elektronik GmbH	80	Florian Massinger und Jürgen Marx probicon GmbH
16	Franz Duge Chocri – Meine Schokolade	52	Dennis von Ferenczy amiando AG	84	Dr. Marc Bockshecker, Dr. Christian Steffens und Dr. Sven Gembrys quo connect GmbH
20	Dr. Jan Uwe Lieback GUTcert GmbH	56	Claus Abt, Dr. Stefan Harries und Dr. Karsten Hochkirch FRIENDSHIP SYSTEMS GmbH	88	Michael Schröter Pentacom GmbH
24	Dr. Werner Arts LAR Process Analysers AG	60	Dr. Matthias Kunter und Dr. Sebastian Knorr imcube media GmbH	92	Rüdiger Oetjen-Dehne u.e.c. Berlin GmbH
28	Dr. Christian Scheler Proteome Factory AG	64	Dr. Herwig Freiherr von Nettelhorst getemed AG	96	Beate Harembski-Henning -Nie gesehene Gärten-
32	Prof. Dr. Stefan Krauter Photovoltaik-Institut Berlin AG	68	Natascha Meuser Meuser Architekten DOM publishers	100	Kai Lorenz VIA Beratende Ingenieure
36	Ole Brandenburg StepMap GmbH	72	Theofanis Vassiliou-Gioles Testing Technologies IST GmbH	104	Hennes Leuchter SOFHA GmbH
40	Petra Kahlfeldt Kahlfeldt Architekten				

»Kreativ sein!« Uwe Ahrens aap Implantate AG



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Irgendwann Ende der 60er Jahre sagte Uwe Ahrens' Vater jenen berühmt-berüchtigten Satz: »Junge, lern' erst mal was Ordentliches!« Und als solide gilt in Wolfsburg seit jeher Volkswagen, also wurde der Filius nach seinem Hauptschulabschluss Werkzeugmacher. Heute, gut 40 Jahre später, ist er Aufsichtsrat des von ihm gegründeten Medizintechnikunternehmens *aap Implantate AG*, dessen 300 Mitarbeiter im vergangenen Jahr rund 30 Millionen Euro Umsatz erwirtschafteten. Ein langer Weg. »Und ob«, seufzt Uwe Ahrens, und in seiner Stimme schwingen gleichzeitig Stolz und eine Prise Selbstironie mit. »Ich habe die gesamte Ochsentour hinter mir.«

KÜNSTLICHE KNOCHEN Die Mittlere Reife ist für Ahrens nur eine Etappe. Auf dem zweiten Bildungsweg macht er das Abitur und geht 1973 nach Berlin. »Eigentlich wollte ich Medizin studieren, verfehlte den Numerus Clausus aber um 0,1.« Ahrens findet am Institut für Luft- und Raumfahrttechnik seine akademische Heimat und beschäftigt sich fortan mit Leichtbautechnologie und Faserverbundstoffen. In seiner Diplomarbeit entwickelt er 1983 seinen ersten künstlichen Knochen. Anschließend wird er Konstruktionsleiter der

Medizintechnikfirma Mecron. 1985 wird sie vom US-Unternehmen Johnson & Johnson geschluckt. 4 Jahre später soll sie geschlossen und nach England verlegt werden. Gemeinsam mit vier stillen Teilhabern macht sich der Ingenieur – inzwischen Produktionsleiter und Mitglied der Geschäftsführung von Mecron – selbstständig: Mit 30 Angestellten und einem großen Teil des Mecron-Maschinenparks gründet er die *aap GmbH & Co KG*.

ERFOLGE – UND RÜCKSCHLÄGE Von da an geht es, unterm Strich, bergauf. In den vergangenen Jahren wuchs der *aap*-Umsatz pro Jahr im Durchschnitt um 28 Prozent, sagt Uwe Ahrens – Medizintechnik und Biomaterialien sind gefragt. Aber bewähren muss sich ein Unternehmen in schwierigen Zeiten: Johnson & Johnson hatte der jungen Firma einen mehrjährigen Auftrag zugesagt, der fast 60 Prozent des *aap*-Umsatzes ausmachte. Aber nach einem Jahr ist damit Schluss. Die US-Firma zieht sich zurück.

Ahrens steht vor einem Kostenberg und einem Umsatzerdrusch. »Mein Opa sagte immer: Wenn Du beim Schach in einer ausgewogenen Situation bist, hilft nur »volle Deckung« oder »Attacke!« Er entscheidet sich für Angriff,

stellt sechs frischgebackene Ingenieure ein, macht sie mit einem Crashkurs fit für den Vertrieb und schickt sie auf die Jagd nach neuen Aufträgen. Ein Segen ist damals, dass die hauseigene Bank trotz Kontoüberziehungen großzügig still hält. »Das finden Sie heute nicht mehr«, ist sich der Gründer sicher. Das Husarenstück gelingt. *aap* findet in Rekordzeit neue Kunden, am Ende des Jahres schlägt kein Umsatzausfall von 60, sondern von nur zwölf Prozent zu Buche.

Auch in den Folgejahren werden neue Herausforderungen Ahrens und seinen Mitarbeitern alles abverlangen: Eine Zeitlang sieht es zum Beispiel 1999 so aus, als bräche der Börsengang dem Unternehmen das Genick; 2001 entpuppt sich der Zukauf einer Firma als schwere Bürde; die Pleite des Bankhauses Delbrück im Jahr 2003 übersteht *aap* nur aufgrund der guten allgemeinen und politischen Kontakte seines Firmenchefs. Letztlich geht das Unternehmen immer wieder gestärkt aus den Schwierigkeiten hervor. »Aber der Kraftaufwand ist immens«, weiß der Gründer.

DIE EIGENE FIRMA ALS »DAUERKRISE« Was angehende Unternehmer aus all dem lernen können? Ahrens rät vor allem dreierlei: Gründer müssen sich in guten Zeiten darüber einigen, was im Falle einer schweren Krise mit dem Unternehmen passiert. »Spielen Sie das Schlimmste durch und wappnen Sie sich dafür mit verbindlichen Absprachen und Verträgen«, rät der Unternehmer. Zweitens: »Liquidität, Liquidität, Liquidität!« Die Finanzierung muss sicher sein, jederzeit, und Unternehmer müssen fit in der ungeliebten Liquiditätsrechnung sein. Und schließlich: »Nie stehen bleiben!« Ohne Innovationen und Kreativität, neue Produkte und Märkte steht eine Firma irgendwann vor dem Aus. »Eines sollte Gründern klar sein«, sagt Uwe Ahrens, der derzeit eine Windkraftfirma neu aufbaut. »Als Unternehmer sind Sie irgendwie immer in der Krise.«



STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Luft- und Raumfahrttechnik –
Dipl.-Ing. Luft- und
Raumfahrttechnik (1984)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1989

MITARBEITER
mehr als 100

UNTERNEHMEN
aap Implantate AG
www.aap.de

ZUR PERSON
Uwe Ahrens

MOTTO
»Kreativ sein!«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Schlau machen, mit dem
Unmöglichen rechnen und die
Liquidität im Griff behalten.

»Weniger Bürokratie und mehr Flexibilität«

Dr. Yasmina Bock
avanion GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Ein gewisser prägender Einfluss von Yasmina Bocks Großvater lässt sich wohl nicht leugnen. Wenn er in seiner Garage an gebrauchten Autos herumbastelte und mit selbigen Handel trieb, war die Enkelin häufig mit von der Partie, machte große Augen, guckte zu, lauschte. »Nein, in einem technikfeindlichen Haushalt bin ich beileibe nicht aufgewachsen«, schmunzelt die gebürtige Berlinerin.

SCHRITT FÜR SCHRITT IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT So ist es kein großes Wunder, dass aus ihr eine Maschinenbaustudentin und geraume Zeit später die Geschäftsführerin eines Software-Unternehmens wurde. Die *avanion GmbH* hat heute ein Dutzend Mitarbeiter und entwickelt Software für die Produktentwicklung und für nachgelagerte Prozesse wie Beschaffung und Produktion bei Kunden wie Audi, Daimler, VW oder EADS. Dabei plant und führt die Firma Softwareprojekte, Prozessanalysen und Datenmodellierungen durch und entwickelt Applikationen zur Unterstützung von Engineering-Prozessen. Im Rückblick auf Yasmina Bocks Lebensweg hat sich die Selbstständigkeit zwar nicht zwangsläufig, aber doch organisch ergeben, Schritt für Schritt.

Nach dem Abitur findet sie sich für ein rein naturwissenschaftliches Studium zu wenig berufen, sagt sie. Jura oder BWL sagen ihr nicht zu, sie startet mit Maschinenbau an der TU Berlin. 1996 schließt sie das Studium ab und arbeitet dann über zwei Jahre als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Werkzeugmaschinen und Fabrikbetrieb im Berliner Produktionstechnischen Zentrum (PTZ), wo sie an der Weiterentwicklung eines virtuellen Tonmodellierungssystems zum Produktstyling arbeitet. Im Juni 2000 promoviert sie über das Thema.

Parallel dazu führt sie ihr Weg zum Daimler-Forschungszentrum nach Ulm. Hier beschäftigte sie sich mit der Weiterentwicklung eines Softwaresystems, das es verschiedenen Bearbeitern ermöglicht, auf die CAD-Daten aller Bauteile zuzugreifen und diese einfach zu verarbeiten. »Das System erreichte die Marktreife und wir suchten nach einem Vermarktungskonzept«, erinnert sich Yasmina Bock. Gemeinsam mit einem Kollegen schlägt sie eine Firmengründung vor. Sie überlegt lange, ob sie den Schritt wagen soll. »Aber dann überwogen mein Optimismus und meine Neugierde«, sagt die Gründerin rückblickend.

LICHT UND SCHATTEN Inzwischen ist *avanion* fast neun Jahre alt und die Geschäfte laufen »auf einem guten Niveau«, sagt Yasmina Bock. In dieser Zeit ist sie durch manche Höhen und Tiefen des Unternehmertums gegangen. »Die Entscheidungsfreiheit und die Gestaltungsspielräume sind vergleichsweise groß«, sagt sie. Als Unternehmerin lassen sich spannende, ganzheitliche Businesserfahrungen sammeln, die einem als Konzernmitarbeiter in einer Abteilung meistens verschlossen sind. »Ich habe sehr viel gelernt, gerade auch abseits von Maschinenbau und der Informatik, etwa in Bereichen wie Controlling, Personal, Organisation und Vertragsgestaltung.«

Aber es gibt auch nicht zu unterschätzende Hindernisse und Herausforderungen. »Das fängt bei Arbeitssicherheitsvorschriften für die Büroeinrichtung an, führt über die komplizierte Steuergesetzgebung und endet bei bisweilen unangenehmen Personalgesprächen, etwa wenn es um Entlassungen geht«, sagt Yasmina Bock, die sich eine gründungsfreundlichere Umgebung durch die Bereitstellung einer geeigneten Infrastruktur, weniger Bürokratie und mehr Flexibilität in der unternehmerischen Gestaltung wünscht. Wer Unter-

nehmer werden will, sollte sich der positiven wie negativen Seiten bewusst sein. Mittlerweile hat sie eine gute Work-Life-Balance gefunden, sagt sie. Sie arbeitet viel, versucht aber trotzdem ihre freie Zeit mit Aktivitäten zu füllen, die ihren Horizont erweitern. Yasmina Bock lernt arabisch, verbringt Zeit auf der Berlinale und steuert als Pilotin einmotorige Sportmaschinen über Berlin und Brandenburg. Und die Faszination für Autos, die ihr der Großvater vorlebte, hat sich erhalten: zwei Karossen nennt Yasmina Bock heute ihr eigen – einen Porsche und einen BMW-Oldtimer.

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Maschinenbau –
Dipl.-Ing. Maschinenbau (1996)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2000

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
avanion GmbH
www.avanion.de



ZUR PERSON
Dr. Yasmina Bock

MOTTO
»Weniger Bürokratie
und mehr Flexibilität«

»Nicht zu lange über die Umsetzung nachdenken!« Franz Duge Chocri – Meine Schokolade



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Schokobrunnen sind jene Apparate, die seit einigen Jahren immer häufiger in der Sektion »Nachspeise« eines Buffets anzutreffen sind. Kaskadenartig quillt aus ihnen Schokolade hervor, in die aufgespießte Fruchtstücke getaucht werden, um sie noch süßer und leckerer zu machen. Die Geräte mögen auf den ersten Blick nicht wie die Basis einer zündenden Geschäftsidee wirken, aber im Fall des Unternehmens *Chocri* ist das der Fall. Schokobrunnen bilden einen Grundstein für den zielstrebigsten und unkompliziertesten Aufbau der Firma von Franz Duge und Michael Bruck.

ETWAS SÜSSES FÜR DIE FREUNDIN Im Jahr 2006 hatten der Zivildienstleistende Duge und der frisch gebackene Abiturient Bruck bei einem Bummel beim Großhändler Metro die Brunnen entdeckt. »Witzige Idee«, fanden die beiden. Sie besuchten eine Süßwarenmesse und zogen schließlich ein bescheidenes Import-Geschäft mit Schokobrunnen auf. Beide wollten schon seit der Pubertät »etwas Geschäftliches auf die Beine stellen.« Franz Duge war die Selbstständigkeit gewissermaßen in die Wiege gelegt: Sein Vater hat eine Fliesenfirma in Berlin. Bereits als 14-Jähriger zog er in seinem Dorf einen »Brötchen-Bring-Service« auf. »Selbst-

ständigkeit fand ich immer reizvoll«, sagt Duge, der heute wie sein Kompagnon 23 Jahre alt ist.

Und dann war da noch die Freundin. Auf der Suche nach einem schönen Geburtstagsgeschenk hatte Franz Duge plötzlich die Idee, eine Schokolade zu gießen – liebevoll und persönlich zusammengestellt, nur für die Angestellte: Eine Kreation mit weißer Schokolade, Gummibärchen und Studentenfutter. Kurz darauf, die Anfrage eines Freundes: Ob er für seine Mutter auch eine Schokolade bekommen könnte. Im Sommer 2008 begann die Planung für den Firmenstart, am 1. September ging www.chocri.de online.

JEDEM SEINE SCHOKOLADE Auf chocri.de kann man sich aus einer Fülle fair gehandelter und biologisch angebaute Zutaten – auch exotischen wie geschroteten Sonntagsmorgen-Kaffeebohnen oder Cashew-Nüssen im Käse-Curry Mantel – eine höchst eigenwillige Schokoladen-Kreation basteln und nach Hause schicken lassen. 35.000 vornehmlich weibliche Kunden haben das bislang gemacht, vier Euro im Durchschnitt kostet eine Tafel. Gestartet sind die Gründer mit einer Anfangsinvestition von rund 4.000 Euro: So viel kostete die erste

Schokoladenmaschine und die Programmierung ihrer Webseite.

Das Internet ist der Dreh- und Angelpunkt all ihrer Aktivitäten. Seit Mai 2008 haben Duge und Bruck ein Weblog angelegt, über das sie beständig mit Interessenten und Kunden in einem außergewöhnlich offenen Austausch stehen. »Vom Namen der Firma über die Zutaten bis hin zum Preis: Seit jeher diskutieren wir fast alles online«, sagt Duge, der sich um Vertrieb und Marketing kümmert, während Partner Bruck Beschaffung und Produktion leitet. *Chocri*, das sei ein »sehr virales« Produkt, ein Produkt also, über das in der Web-Community gerne und viel »geredet« wird. Entsprechend schnell verbreiten sich die Informationen. Bessere Werbung gibt es kaum. Parallel dazu sponserten die Jungunternehmer Gewinnspiele auf RTL2, ProSieben und SAT.1 und steigerten somit ihre Bekanntheit.

Einen Nachteil aber hat das Internet: Probleme verbreiten sich auch in Windeseile. So geriet *Chocri* angesichts eines im Grunde erfreulichen Nachfragezuwachses an Weihnachten in arge Produktionsnöte. Die Anfragen wuchsen den Jungunternehmen über den Kopf. Manch Kunde musste getröstet werden, andere bekamen ihr Geld zurück, weil die Be-

stellung viel zu lange auf sich warten ließ. »Da gab es schon Ärger«, blickt Duge, der derzeit noch an der TU Berlin Wirtschaftsingenieurwesen studiert, zurück. Inzwischen haben sich die Wogen geglättet, die Firma hat daraus gelernt und zudem fast 40.000 Euro in eine vergrößerte Produktion gesteckt. Die wiederum soll nicht zuletzt ab Anfang 2010 voll ausgelastet werden. Dann stehen USA, Großbritannien und vielleicht auch Frankreich auf dem Expansionsplan der Schokoladen-Macher.

ZUR PERSON

Franz Duge

MOTTO

»Nicht zu lange über die
Umsetzung nachdenken!«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Am Anfang möglichst viele Aufgaben an professionelle Anbieter ausgliedern. Die können es in der Anfangszeit einfach besser!

PREISE

Gewinner des Gründerpreises
der Wirtschaftswoche 2009

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Wirtschaftsingenieurs-
wesen, Fachrichtung
Maschinenbau

JAHR DER GRÜNDUNG

2009

MITARBEITER

6-20

UNTERNEHMEN

Chocri – Meine Schokolade
www.chocri.de



»Träume ausreichend, arbeite hart ...«

Dr. Jan Uwe Lieback
GUTcert GmbH



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Für Jan Uwe Liebacks Promotion war es eine große Chance, für die West-Berliner Bevölkerung ein echtes Ärgernis. Über der noch geteilten Stadt lag im Winter 81/82 dichter Smog, just in der Zeit, als er Staubproben für seine Diplomarbeit sammelte. »Der Smog war damals die Folge einer besonderen Luftbrücke zwischen Ost und West. Verantwortlich waren die hohen Emissionen der DDR«, erklärt Lieback. Als frisch diplomierter Ingenieur bezahlte ihm der Umweltsenator eine Studie, um mit den gesammelten Staubproben die Quellen möglichst genau aufzuspüren. »Das Forschungsprojekt lief über zwei Jahre, was für mich als Doktorand ein großer Vorteil war«, erinnert er sich. Die TU Berlin und die Freie Universität Berlin stellten über Drittmittel die Ausrüstung zur Verfügung – und zum ersten Mal nahm Lieback eine Chefrolle ein: »Mich unterstützten zwei Mitarbeiterinnen, die ich anzuleiten hatte. Ich habe damals erfahren, dass man nur mit gegenseitiger Wertschätzung Erfolg haben kann.«

DIE WENDE SCHUF NEUE MÄRKTE Die Ergebnisse der Studie hat er im Rahmen seiner Doktorarbeit veröffentlicht – und Lieback bekam plötzlich viel Post aus der DDR. Neugierige

Nachfragen von Wissenschaftlern, vor allem aber von Institutionen, die man heute der Staatssicherheit zuordnen kann. Lieback, der nach seiner Dissertation zunächst in einem Ingenieurbüro und dann für zwei Jahre beim Berliner Stromversorger Bewag angestellt war, erkannte die Chance, mit seinem Know-how in eine Marktlücke zu stoßen, wenn er sich in der zukunftssträchtigen Umweltberatung selbstständig macht. Anfang 1989 gründete er mit einem Kommilitonen sein eigenes Büro.

Die Firma wuchs schnell. »Wir fingen mit drei Leuten an. 1995 waren 200 Mitarbeiter für uns tätig.« Wieder profitierte Lieback vom Standort Berlin: Die Wege zu den alten Industrieanlagen im wiedervereinigten Berlin waren kurz, der Beratungsbedarf in den neuen Bundesländern immens.

Einerseits boten die Umwelt-Altlasten der DDR ein enormes Betätigungsfeld, andererseits schloß die Konkurrenz nicht. Anbieter aus Polen ließen die Preise purzeln. »Der Kuchen schrumpfte.« Verbunden mit firmeninternen Entwicklungen begann die schwierigste Phase in Liebacks Laufbahn: Sicher geglaubte Aufträge gingen verloren; einige seiner besten Mitarbeiter verließen die Firma und nahmen zu allem Überflus Kunden mit.

NIEMALS AUFGEBEN UND LERNEN Die Firma legte 2002 einen sauberen Konkurs hin. Rein formell ist das Verfahren abgeschlossen: »Alle Gläubiger sind bezahlt«, darauf legt Lieback Wert. Doch als Unternehmer beschäftigte ihn die Pleite nachhaltig. »Ich habe daraus meine Lehren gezogen«, sagt er mit Blick auf GUTcert, sein Zertifizierungsunternehmen, das er 1997 gründete. »Ich kommuniziere heute klarer. Ich frage mich gezielt, wem ich vertrauen kann«, berichtet er. »Wenn ich Mitarbeiter einstelle, steht für mich nicht mehr so sehr im Mittelpunkt, was sie können, sondern wer sie sind und was sie erreichen wollen.« Auf sein unternehmerisches Leben blickt der Pfarrerssohn mit Stolz. »Ich habe Menschen bis heute insgesamt rund 1.400 Jahre Arbeit gegeben. Das ist eine Leistung, die mich zufrieden macht.«

NEUE AUFGABENFELDER ENTDECKEN Der Markt, auf dem sich die GUTcert heute behauptet, ist das internationale Umwelt-, Qualitäts- und Energiemanagement. Auch der Emissionshandel und das Erneuerbare-Energien-Gesetz bieten bedeutende Auftragsbereiche. Vorausschauende Marktbeobachtung, Flexibilität und die ständige Weiterbildung der Mitarbeiter haben die GUTcert auf dem europäischen Markt als

Zertifizierer fest etabliert. Um international noch erfolgreicher agieren zu können, schloss Lieback die Firma im Mai 2008 der französischen AFNOR-Gruppe an, die GUTcert beste Expansionschancen bietet. »Dabei gibt es schon jetzt mehr als genug zu tun«, sagt er mit Blick auf manche 16-Stunden-Arbeitstage. Der Ausgleich? »Urlaube mit der Familie und Ausdauersport.« Lieback, Jahrgang 1957 und Vater von drei Kindern, lief 2000 den Berlin-Marathon und ist als Jogger regelmäßig in Berliner Parks unterwegs – und das ohne Bedenken: »Die Berliner Luft ist heute wesentlich besser als vor 27 Jahren.«

ZUR PERSON
Dr. Jan Uwe Lieback

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Technischer Umweltschutz –
Dipl.-Ing. Technischer
Umweltschutz (1982)

JAHR DER GRÜNDUNG
1997

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
GUT
Certifizierungsgesellschaft für
Managementsysteme mbH
www.gut-cert.de



MOTTO
»Träume ausreichend, arbeite hart und vergiss die Familie nicht. Sie gibt wirkliche Motivation und ohne deren Rückhalt geht oft nichts.«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Denke jede Sekunde des Tages darüber nach, was besser gemacht werden kann und stelle einmal im Jahr ALLES in Frage, was Du machst.

»Don't play the game if you can't win« Dr. Werner Arts LAR Process Analysers AG



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Sie waren ganz nah dran und scheiterten doch mit ihrer ersten Idee. Werner Arts und seine vier Mitgründer hatten ein Produkt entwickelt, das den Markt revolutionieren sollte: Ein automatisiertes Testsystem, mit dem man per Lasertechnologie die Schwermetallbelastung von Reinstsubstanzen wie zum Beispiel Halbleitern messen und auswerten konnte. Was sie nicht wussten: Zwei Konzerne hatten im Verborgenen ebenfalls an einer ähnlichen Technologie gearbeitet und durch die schiere Marktmacht den Gründern das Wasser abgegraben. »Wir sind ein wenig naiv an die Sache herangegangen und hatten natürlich auch Pech«, sagt Werner Arts heute über die ersten Firmenjahre.

»EINFACH MAL MACHEN IST NICHT ALLES« Der 57-Jährige ist als einziger der ursprünglichen Mannschaft noch bei der *LAR Process Analysers AG*, die mit mittlerweile 50 Mitarbeitern stetig wächst und vor allem hochkomplexe Technologien zur Wasseranalyse entwickelt und produziert. Dabei hatte LAR, das in einem Gewerbegebiet in Neukölln unweit großer Kaffeeröstereien und Zigarettenfirmen sitzt, nicht nur in der Anfangszeit eine wechselvolle Geschichte erlebt. »Wir haben viele Fehler ge-

macht, die man hätte vermeiden können«, sagt der grauhaarige LAR-Vorstand, der ganz leger in Jeans und bequemen Schlappen am großen Konferenztisch sitzt. »Einfach mal machen ist nicht alles. Man darf nicht nur auf einer Idee gründen, sondern muss vor allem den Markt kennen und in Marketing sowie Vertrieb fit sein.«

Mitte der 80er Jahre, als Arts gründete, gab es kaum Beratung etwa durch die Universität oder Business Angels; die jungen Wissenschaftler waren auf sich gestellt. Werner Arts hatte zudem am Anfang seiner Ausbildung nie an eine Selbstständigkeit gedacht. Sein Werdegang deutete ebenfalls lange nicht darauf hin: Nach der Volksschule – »mit 14 bin ich runter« – begann der gebürtige Rater eine Lehre als Technischer Zeichner. Innerhalb kurzer Zeit wurde er Konstrukteur, machte die Mittlere Reife nach und studierte anschließend Verfahrenstechnik an der Fachhochschule in Düsseldorf. »Ein Onkel hat mir immer wieder gesagt, dass die Lehre nicht alles sein kann. Ohne ihn wäre ich vielleicht gar nicht so motiviert gewesen«, erinnert er sich.

EINER SOLLTE DAS SAGEN HABEN Mit dem FH-Abschluss war seine akademische Laufbahn allerdings nicht beendet. Arts ging nach Berlin und studierte Umwelttechnik an der TU Berlin. Dort lernte er über ein Forschungsprojekt seine späteren Mitgründer kennen. Es ging um Wasserverschmutzung durch Blei, denn in vielen Städten lief das Nutzwasser in den Wohnungen seit Anfang des 20. Jahrhunderts durch Bleirohre. »Man wusste zwar schon länger, dass das Schwermetall nicht gesund ist, konnte aber nicht klar beschreiben, wie die Kontaminierung passierte.« Nach dem Abschluss des interdisziplinären Forschungsprojektes taten sich die jungen Wissenschaftler zusammen und gründeten eine Firma. Mit dem bekannten Ausgang des ersten Projektes. »Wir hatten zudem das Problem, dass wir fünf gleichberechtigte Gründer waren, deren Kompetenzen sich ständig überschnitten«, berichtet Arts. »Unternehmen vertragen vielleicht mehrere Chefs, aber einer muss am Ende das Sagen haben.« Mit anderen Projekten ging LAR zu früh an den Markt, auch aus Stolz der Entwickler, die der Fachwelt zeigen wollten, wie gut das Produkt geworden war. »Es ist wichtig, sich zunächst gerade als junges Unternehmen einige

Referenzkunden im Stillen zu suchen, um den Vorsprung der Technologie zu behalten«, erklärt Arts. Zumal viele Produkte erst im Kontakt mit den potenziellen Käufern wirklich ihre Reife erhalten. »Die Kunden wissen am Besten, was sie benötigen. Deswegen verändern sich unsere Technologien auch immer wieder.« Heute hat Arts, der nach dem Einstieg eines Investors Mitte der 90er Jahre vor fünf Jahren per Management Buy Out wieder die Mehrheitsanteile an seiner Firma übernommen hat, aus den Fehlern gelernt. Gründen würde er aber immer wieder: »Trotz aller Erfahrungen, die nicht immer einfach waren: Die Freiheit, die ich mir dadurch geschaffen habe, ist viel zu viel wert.«

ZUR PERSON

Dr. Werner Arts

MOTTO

»Don't play the game, if you can't win.«

MEIN RAT AN

GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Nicht naiv an die Sache herangehen und nur die eigene Innovation sehen. Vorab auf jeden Fall den Markt evaluieren und sich Berater holen. Von Rückschlägen nicht entmutigen lassen und Durststrecken einkalkulieren.

MEINE MOTIVATION

ZU GRÜNDEN

Persönliche Freiheit gewinnen, weltweiter Erfolg mit der eigenen technischen Idee.

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**

Technischer Umweltschutz –
Dipl.-Ing. Technischer
Umweltschutz (1981)

JAHR DER GRÜNDUNG

1986

MITARBEITER

21–50

UNTERNEHMEN

LAR Process Analysers AG
www.lar.de





Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Solide und organisch wachsen« 29

Dr. Christian Scheler

Proteome Factory AG

Eine Unternehmensgründung erfolgt selten gradlinig. Vor allem die ersten Jahre sind häufig die schwierigsten. Auch Christian Scheler hat diese Erfahrung gemacht. Im November 2000, gut ein Jahr, nachdem der Biochemiker seinen Dokortitel verliehen bekam, gründet er mit sieben weiteren Wissenschaftlern als Spin-off der TU Berlin und der Charité das Biotechnologieunternehmen *Proteome Factory* AG, das sich, vereinfacht gesagt, der Analyse von Proteinen widmet. Die Aussichten sind zunächst vielversprechend. Der Start gelingt – aber dann wird doch alles viel holpriger als erwartet. Der Zeitpunkt der Gründung ist schlichtweg ungünstig.

GUTE PLÄNE IN SCHWIERIGEN ZEITEN In der ersten Hälfte 2001 läuft es für das junge Unternehmen noch wie geschmiert. »Wir hatten reichlich Know-how, viele Ideen und einen guten Plan«, erinnert sich Christian Scheler. Erste Erfolge stellten sich ein: In kurzem Zeitabstand heimst *Proteome Factory* den TU-Unternehmensgründerpreis, den ersten Platz des Businessplanwettbewerbs Berlin Brandenburg und einen Sonderpreis der Wirtschaftsjunioren ein. Die Erwartungen sind dementsprechend hoch, die Pläne ebenso. Damals

wird im Businessplan der Kapitalbedarf der Firma auf sieben Mio. Euro taxiert. Ein Jahr zuvor wäre es wohl gut möglich gewesen, für diese Summe Investoren zu finden. Jetzt aber ist alles anders. Der Neue Markt knickt ein, wenig später werden die Attentate des 11. September verübt. Geldgeber sind plötzlich wie vom Erdboden verschluckt, Wagniskapital nur noch eine blasse Erinnerung.

Die Macher von *Proteome Factory* müssen ihre ursprünglichen Pläne revidieren, und zwar gravierend. »Nach vielen Diskussionen beschlossen wir, uns auf den Bereich Dienstleistungen zu konzentrieren und das Thema Krankheitsforschung außen vor zu lassen«, sagt Christian Scheler. Fünf Gründer ziehen die Konsequenzen: Sie überlassen den anderen ihre Unternehmensanteile und orientieren sich beruflich um. Die drei Verbliebenen krempeln die Ärmel hoch – und backen gleichzeitig kleine Brötchen: Monatlich zahlen sie sich nur ein minimales Gehalt aus, um die Firma nicht zu überfordern. Die Strategie geht auf: 2002 meldet die Firma die ersten Patente an, Mitte 2003 hatte *Proteome Factory* 650.000 Euro an Fördergeldern eingesammelt, u. a. durch zwei Projekte, die von den Bundesministerien für Wirtschaft sowie Bildung und Forschung gefördert werden.

LIEBER ALLEINE ALS UNEINS Zur Ruhe kommt die junge Firma aber auch jetzt nicht. Christian Scheler und die anderen beiden Gründer haben unterschiedliche Vorstellungen darüber, wie sich die Firma entwickeln soll. Scheler plädiert dafür, zügig vorzeigbare Produkte zu entwickeln, um Kunden wie Geldgebern zu demonstrieren, dass *Proteome Factory* auf einem guten Weg ist. Seine Mitgründer hingegen setzen auf absolute wissenschaftliche Perfektion, ohne zu sehr auf den Markt zu achten, sagt der heute 39-Jährige. Es kommt zum Streit, der nach einigen Monaten damit endet, dass die zwei aus dem Unternehmen ausscheiden. »Das war schmerzhaft. Aber wenn man nicht an einem Strang zieht, muss man getrennte Wege gehen«, blickt Scheler zurück.

Heute, im Jahr 2009, ist *Proteome Factory* ein acht Mitarbeiter großes Unternehmen, das im wesentlichen Auftragsforschung für Unternehmen und universitäre Institute durchführt. Dazu zählen vor allem die Identifizierung von Proteinen, die Biomarker-Suche und auch die so genannte Aminosäure-Sequenzierung von Proteinen, die bei Identifizierung und Qualitätskontrolle z. B. von therapeutischen Antikörpern eine immer größere Rolle spielt. Gleichzeitig vertreibt die Firma eigene zwischen 120 und

1.500 Euro teure »Chemikalien-Baukästen«, mit denen sich Proteinanalysen durchführen lassen. Und schließlich ist das Unternehmen in der Allergieforschung bei Lebensmitteln aktiv. *Proteome Factory* scheint seine Linie endgültig gefunden zu haben. »Wir wachsen solide und organisch«, findet Christian Scheler. »Und das ist genau richtig.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Biotechnologie –
Dipl.-Ing. Biotechnologie
(1999)

JAH
R
D
E
R
G
R
Ü
N
D
U
N
G
2000

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
Proteome Factory AG
www.proteomefactory.com



ZUR PERSON
Dr. Christian Scheler

MOTTO
»Solide und organisch wachsen.«

PREISE
1. Platz beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg 2001 / Sonderpreis der Wirtschaftsjunoren Berlin zum Businessplan Wettbewerb Berlin-Brandenburg 2001 / TU-Unternehmensgründerpreis 2001



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Carpe Diem!« Prof. Dr. Stefan Krauter Photovoltaik-Institut Berlin AG

33

»Damals wurden wir noch als Spinner angesehen«, erinnert sich Stefan Krauter an sein Studium an der TU München. Nicht die Elektrotechnik, in der er 1988 in der bayerischen Landeshauptstadt diplomierte, erregte den Argwohn seiner Kommilitonen und Professoren – das Thema seiner Diplomarbeit sorgte für Kopfschütteln. »Ich hatte mich mit der Solarenergie beschäftigt, was Ende der 80er Jahre nicht gerade üblich war – vorsichtig gesagt.« Anstatt den vorgezeichneten Weg zu gehen – »nach dem Studium begannen die meisten bei Siemens, Bosch oder BMW« – entschließt sich der heute 46-jährige gebürtige Göppinger, eine Weltreise zu machen. »Ich wollte eine Art globale Übersicht gewinnen und zugleich vielleicht einige Ideen für meine Doktorarbeit bekommen.« Krauter reist durch alle Kontinente, erlebt in Südamerika, Asien oder Australien die immense Sonneneinstrahlung, die sich doch so gut für den intensiven Einsatz von Solaranlagen eignen würde.

POLITISCHES ENGAGEMENT SORGT FÜR DIE STUDIENWAHL Sein Interesse an der Solarenergie – und auch an dem kostengünstigen Einsatz in weniger entwickelten Ländern – hat auch politische Hintergründe. »Wir waren zu

Beginn des Studiums in der Anti-Atomkraftbewegung engagiert«, erzählt Krauter. »Aber wir wollten nicht nur protestieren, sondern auch Alternativen anbieten.«

Er wechselt nach Berlin, an die TU. »Dort war damals einer der Schwerpunkte der noch jungen Technologie.« Er trifft auf Rolf Hanitsch, der seit den späten 70er Jahren zur Solarenergie forscht. Der Professor redet ihm seine ursprüngliche Idee für die Doktorarbeit, ein solarthermisches System zur indirekten Stromerzeugung zu entwickeln, aus. »Ich habe auf seinen Rat hin ein Betriebsmodell für Photovoltaikmodule entwickelt, mit dem man den elektrischen Energieertrag an jedem Ort der Welt ziemlich exakt bestimmen kann.« Stefan Krauter wird zum Experten für Modelle, mit denen man alle erdenklichen Parameter für Photovoltaikmodule analysieren und prüfen kann.

Die erste Idee zu einer Firma entsteht ebenfalls in den ersten Berliner Jahren. Krauter gründet das *Internationale Solarzentrum* mit und lernt darüber einige Solar-Begeisterte kennen, mit denen er 1997 das heute börsennotierte Unternehmen *Solon* aus der Taufe hebt. »Das war schon etwas komisch, weil ich früher kapitalistische Unternehmungen aufgrund ihrer prinzipiellen Nicht-Nachhaltigkeit eher

abgelehnt hatte. Wir wollten aber die Welt mit Solarenergie ein bisschen besser machen, deswegen war das für uns als Werkzeug zur Umsetzung in Ordnung.«

KEIN GEHALT IM ERSTEN JAHR Die erste Zeit war für die Firma, die anfangs *Arbeitsgemeinschaft Solarfabrik* hieß und heute 900 Mitarbeiter beschäftigt, hart. »Gehälter gab es zum Beispiel im ersten Jahr für keinen.« Die Gründer hatten entweder Geld gespart oder lebten zum Teil noch von universitären oder anderen Jobs. Ein solches Angebot kam auch für Krauter, aus Brasilien. Er ging für geplante zwei Jahre als Gastprofessor nach Rio de Janeiro – und blieb fast ein ganzes Jahrzehnt.

Bis ihn Paul Grunow ansprach, einer seiner Mitgründer bei *Solon*, der inzwischen Q-cells gegründet hatte. Grunow schlägt ihm vor, ein Institut für Photovoltaik in Berlin zu gründen. Auch hier hieß es, zunächst einmal ohne Einkommen eine Firma aufzubauen. »Ich hatte zum Glück einiges an Solaraktien, die mich in dieser Zeit weitergebracht haben.« Diese Risikobereitschaft braucht man als Gründer, um die ersten anderthalb Jahre durchzustehen, bis die Technologie läuft und das erste Geld reinkommt.

ALS NÄCHSTES KOMMT DIE ZERTIFIZIERUNG

Ganz wie beabsichtigt lief die Gründung der *Photovoltaik-Institut Berlin AG*, die mittlerweile 32 Mitarbeiter hat, allerdings auch nicht. Die Geschäftsidee war, innovativ an Photovoltaikmodulen zu forschen. Momentan bestimmen allerdings IEC-Prüfaufträge den Alltag. Möchte etwa ein chinesisches Unternehmen mit einem neuen Modul auf den deutschen Markt, prüft es das *PI* zum Beispiel auf Bruch, Kälte und Wärme zwischen minus 40 und plus 85 Grad Celsius, auf Schneelasten, UV-Einstrahlung und elektrische Leckströme unter Wasser, bevor es der TÜV Süd auf Basis der *PI*-Prüfergebnisse zertifiziert. Der nächste Schritt steht aber demnächst an. »Wir wollen wir mit unserem *PI*-Cert auch selbst das IEC-Prüfzertifikat vergeben können.«

ZUR PERSON

Prof. Dr. Stefan Krauter

MOTTO

»Carpe Diem!«

MEIN RAT AN

GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Mit dem Auftraggeber mit-
denken, Lösungen anbieten.

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik
(1988)

JAHR DER GRÜNDUNG

2006

MITARBEITER

21-50

UNTERNEHMEN

Photovoltaik-Institut
Berlin AG
www.pi-berlin.com

PHOTOVOLTAIK-INSTITUT BERLIN



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Immer auf den User hören« Ole Brandenburg StepMap GmbH

37

»Wissen Sie eigentlich, dass Sie früher so etwas wie der Ein-Jahr-Ein-Monat-Mitarbeiter waren?« Ole Brandenburg stutzt kurz, denkt über die Frage nach und liefert selbst die Erklärung: »Sie meinen, weil dass der Zeitraum war, den ich bei ebay, dooyoo, Jamba und Bertelsmann verbracht habe?« Er lacht kurz auf. »Na ja, Zufall schätze ich!« Ole Brandenburg, Internet-Pionier der ersten Stunde und mehrfacher Firmengründer, hat manch Unternehmen oder Projekt genau dann verlassen, bevor es sehr groß und wirklich erfolgreich wurde. Bevor es, wie man so sagt, »richtig abging«, und bevor er, in finanzieller Hinsicht, reich werden konnte. Er hat das zwar nicht geplant und gezielt betrieben. Aber reiner Zufall ist es wiederum auch nicht. Brandenburg hat ein Faible für Start-ups – oder zumindest für das, was sie im besten Fall auszeichnet.

STUDIENPAUSE MIT FOLGEN Drei Jahre lang studiert der 1975 geborene Braunschweiger Luft- und Raumfahrttechnik an der TU Berlin, bis er von überfüllten Hörsälen und theoretischem Lernen die Nase voll hat. Er verordnet sich eine Studienpause, seine Eltern geben ihren Segen: »Völlig o.k., mach ruhig.« Brandenburg legt nicht einfach die Füße hoch,

sondern macht aus einem Hobby einen Beruf. Seit seinem 13. Lebensjahr kauft und verkauft er Computerspiele. Der Kontakt zum damaligen Internet-Marktplatz Alando ist gut, man kommt ins Gespräch. Der Student wird 1998 Alando-Mitarbeiter. Sein erstes Gehalt: 800 DM für eine 70-Stunden-Woche.

Er erinnert sich gerne an die Anfangszeit: »Es klingt wie ein arg strapaziertes Klischee, aber die Arbeitskultur war wirklich super: Junge, engagierte Leute, flache Hierarchien, vieles auszuprobieren, viel zu lernen.« Das Gefühl, an etwas Neuem, Tollen mitzuwirken. »Etwas aus dem Nichts aufzubauen.« Das treibt ihn auch heute noch an, sagt er. Als Alando von ebay gekauft wird, verändert sich das Klima. Zum Nachteil, findet Brandenburg – und wechselt zur im Aufbau befindlichen Online-Kaufberatung dooyoo. Der Kontakt zu den damaligen Gründern ist noch heute bestens.

WAS ZÄHLT? Ein Jahr und einen Monat später wird er einer der Mitgründer des später so erfolgreichen wie umstrittenen Klingelton-Portals Jamba. Auch hier hält es ihn nicht lange, denn das Unternehmen entwickelt sich in eine Richtung, die ihm missfällt. Später wird er noch einmal studieren, viereinhalb Jahre

in Australien, bis er einen MBA in Commerce & Business in der Tasche hat. Zug um Zug hat sich Brandenburg zum Internet-Spezialisten für Marketing und Vertrieb entwickelt. Über »Karriere« und »Reichtum« habe er damals kaum nachgedacht, sagt er. Auch heute geht es ihm primär nicht darum. Aber worum dann? Überzeugungen, Idealismus? Ja, in gewisser Weise schon, sagt Brandenburg. Was ihn antreibt und erfüllt, ist zum einen ein gutes Team. Ein möglichst perfekter Mix aus Personen, deren Ziele, Kompetenzen und Charaktere sich ergänzen – beruflich wie privat –, die zusammen kreativ sind. Alleine das sei schon sehr schwierig zu finden. Zweitens muss das Produkt, das man erzeugt, einen Wert an sich haben. »Ich möchte etwas Gutes, einfach zu Nutzendes und Praktisches schaffen, dass Kunden einen hohen Nutzen bringt.« Und drittens schließlich will er nah am User sein. »Was brauchen und wollen die? Was fehlt ihnen?« Zuhören – und dann machen.

INTERNET – UND KEIN ENDE Sein aktuelles Projekt: Im März 2009 gründete Ole Brandenburg zusammen mit Thomas Gottfried und Veit Spiegelberg das Portal www.stepmap.de, das Internet-Nutzern die interaktive und indi-

viduelle Erstellung sowie den Austausch von Landkarten ermöglicht. Aus früheren Fehlern habe er dabei auch gelernt, sagt Brandenburg. »Wir sind ein kleines Team und wir sind nicht fremdfinanziert. So haben wir alles in der Hand und können langsam, aber nachhaltig wachsen.« Auch wenn das in der aktuellen Wirtschaftskrise schwierig ist, wie er zugibt. Aber die Richtung stimmt, davon ist er überzeugt, und er hängt sich voll rein – was sonst? Und falls die *StepMap GmbH* doch floppen sollte, geht es trotzdem weiter, sagt Ole Brandenburg, der in der deutschen Internet-Szene bestens verdrahtet ist: »Ich würde gerne noch 30 Jahre im Internet mitmischen.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Luft- und Raumfahrttechnik /
Commerce & Business MBA
(2006)

JAHR DER GRÜNDUNG
2009

MITARBEITER
bis zu 5

UNTERNEHMEN
StepMap GmbH
www.stepmap.de



ZUR PERSON
Ole Brandenburg

MOTTO
»Immer auf den User hören.«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Niemals (!) das Bauchgefühl vernachlässigen. Im Zweifel lieber auf den Bauch, als auf den Kopf hören. Lieber zehn Sachen zu 80 Prozent machen, als zwei Sachen zu 100 Prozent. Das heißt nicht, dass man nur halbherzig rangehen soll. Aber man muss eben auch einfach mal machen.

»Mut!« Petra Kahlfeldt Kahlfeldt Architekten



Foto: TU Pressestelle / Dahl (aufgenommen im Berlin Pavillon, Straße des 17. Juni 100, Umbau Kahlfeldt Architekten, 2006)

»Als ich mit dem Studium fertig war, gab es gar keine andere Möglichkeit, als sich selbstständig zu machen«, erzählt Petra Kahlfeldt und schaut mit blitzenden Augen durch ihre schwarze Hornbrille. »Damals gab es in Berlin keine Festanstellungen für Architekten, so dass jeder eine ständige feste freie oder ganz freiberufliche Tätigkeit aufgenommen hat.« Gründen als Zwang, eine solche Aussage würde sie allerdings nicht stehen lassen. Die gebürtige Vorderpfälzerin, die mit ihrem Mann Paul Kahlfeldt zu den renommiertesten Architekten in Deutschland gehört, lebt ihr Fach, erzählt begeistert von den Möglichkeiten des Bauens, von der Schönheit gelungener Gebäude, von den Menschen, die in ihnen leben und arbeiten. Nur als Chefin kann sie diese Qualität auch umsetzen, das macht Petra Kahlfeldt klar.

ABITUR AUF DEM INTERNAT Die 49-Jährige macht schon früh Erfahrungen mit dem Baugewerbe. Ihre Eltern hatten eine Bauträgerfirma, in deren Entwurfsabteilung sie die ersten Berufserfahrungen sammelte. »Dort hat es mir am besten gefallen, inmitten all der kreativen Menschen. Und es wurde viel miteinander geredet«, sagt sie, »das gehört zu unserem Beruf auch dazu.« Weil die Eltern ihr eine bessere

Schulbildung als die eigene ermöglichen wollten, ging sie ab der fünften Klasse auf ein Internat, machte dort ihr Abitur. »Für mich war klar, dass ich Architektur studieren wollte, aber ich hatte leider einen recht schlechten Abschnitt.« Über die ZVS schlägt es sie 1979 im dritten Losverfahren an die TU Berlin. »Damals wollte hier keiner Architektur studieren, weil zehn Jahre nach den Studentenrevolten das Fach vor allem Wert auf Soziologie legte, sehr politisch war und die Architektur allgemein zu kurz kam.«

KLASSISCHE AUSBILDUNG IN FLORENZ Die Stadt und ihre Energie nahmen Petra Kahlfeldt schnell gefangen, und das Studium legte den Grundstein für die menschlichen und sozialen Aspekte, die beim Bauen wichtig sind. Für die klassische Ausbildung aber wollte sie mehr sehen und hören. »Bei einem Auslandsjahr in Florenz habe ich vieles davon nachgeholt.« Nach dem Studium arbeitete Petra Kahlfeldt drei Jahre als freie Mitarbeiterin in verschiedenen Architekturbüros – »man braucht diese Wanderjahre, um den Job wirklich zu lernen« –, bis ein Bauherr sie fragte, ob sie nicht einen Auftrag alleine für ihn machen wolle. »So etwas ist üblich in unserer Branche«, beschreibt

sie den Start ihrer Selbstständigkeit, »aber aus Fairnessgründen habe ich das mit meinem damaligen Chef abgeklärt.« Sie darf den Kunden übernehmen und hat plötzlich eine eigene Firma, die heutige *Kahlfeldt Architekten GmbH*. Die Grundinvestitionen sind 1985 noch relativ überschaubar, erinnert sie sich. »Im Gegensatz zu heute, wo alleine Hard- und Software Tausende Euro verschlingen, brauchte ich damals nur einen Schreibtisch, eine Reißchiene und einen Satz Rapidographen zum Zeichnen.« Auf die Selbstständigkeit wollen sich sie und ihr Mann, mit dem sie sich gemeinsam selbstständig macht, allerdings nicht komplett verlassen. Beide lehren an Universitäten, er in Dortmund, sie in Italien.

ALTES BEWAHREN, NEUES HINZUFÜGEN 1989 und 1991 kommen die beiden Kinder Kahlfeldts zur Welt, zudem arbeitet sie zwischen 1990 und 1995 als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der TU Berlin. Richtig los geht es mit dem Büro, das mittlerweile 22 Mitarbeiter in einem Dachgeschossbüro am Kurfürstendamm beschäftigt, daher erst in dieser Zeit. Das Architektenpaar baut zum Beispiel die Engelhardt-Höfe, ein Wohn- und Arbeitsquartier. »Wir wollen bei solchen Projekten immer mit Re-

spekt das Alte bewahren und das hochqualitative Neue hinzufügen.« In den kommenden Jahren kamen viele weitere Umnutzungen und Neubauten hinzu – das Abspannwerk Scharnhorst und das Meta-Haus in Berlin etwa, Gebäude an der Elbchaussee in Hamburg, in Köln oder München. Bis es soweit ist, haben junge Architekten einen weiten Weg vor sich, das weiß die Gründerin genau. Dem Nachwuchs rät sie vor allem, »so oft wie möglich in die Praxis zu gehen und nicht nur an der Uni zu bleiben, damit man sieht, wie und was man für wen bauen sollte.« Berufsanfänger lernten auf diese Weise die Bauherren, Preisverhandlungen oder den Umgang mit den Handwerkern kennen, was einem während der Studienzeit oft verborgen bliebe. »Und da warten oft Überraschungen.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Architektur – Dipl.-Ing. Arch.
(1985)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1983

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
Kahlfeldt
Architekten GmbH
www.kahlfeldt-architekten.de

Kahlfeldt Architekten

ZUR PERSON
Petra Kahlfeldt

MOTTO
»Mut!«

**MEINE MOTIVATION
ZU GRÜNDEN**
In der Selbstbestimmung und auf eigenes Risiko die eigenen Ideen verwirklichen.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Überzeugt von der Idee« Dr. Tobias Wittmann SunCoal Industries GmbH

45

Tobias Wittmann arbeitet an etwas, das dazu beiträgt, die Energieprobleme dieser Welt zu lösen. Das klingt ein bisschen vermessen, aber: Seine Firma *SunCoal Industries GmbH* kann mit ihrem innovativen CarboREN-Verfahren helfen, dass Biomasse morgen genauso effizient genutzt werden kann wie heute fossile Kohle und das, ohne CO₂ zu emittieren. Vom brandenburgischen Königs Wusterhausen aus hat der Energie- und Verfahrenstechnik-Ingenieur, der an der Universität Magdeburg studierte und an der TU Berlin promovierte, eine Technologie vorangetrieben, mit der man Biomasse in Kohle umwandeln kann. »Die Grundzüge hat der deutsche Chemiker und Nobelpreisträger Friedrich Bergius schon 1913 veröffentlicht. Wir haben aber einen Weg gefunden, den Prozess in die industrielle Nutzung zu überführen«, erklärt der 32-Jährige, der das Unternehmen als technischer Geschäftsführer zusammen mit dem Kauffmann Friedrich von Ploetz leitet. *SunCoal* wird voraussichtlich Mitte 2010 in Brandenburg die erste Anlage in Betrieb nehmen. Zwei Tonnen »Sonnenkohle« sollen dann pro Stunde entstehen.

KOHLE AUS STROH Die technischen Prinzipien für den umweltfreundlichen Brennstoff klingen simpel. »Wir erhitzen Biomasse wie kommunalen Straßengrünschnitt, Hackschnitzel, Gras oder andere land- und forstwirtschaftliche Rohstoffe auf etwa 200 Grad Celsius. Dabei zerfällt die Struktur der Biomasse. Anschließend können wir das Wasser sehr einfach abtrennen, eine energieintensive herkömmliche Trocknung ist nicht mehr notwendig«, erläutert Wittmann, der in einem Großraumbüro mitten im Binnenhafen sitzt, vereinfacht das Produktionsverfahren. Vor seinem Fenster wird gerade ein Zug voller Kohle auf ein Schiff verladen – der Brennstoff stammt allerdings von Vattenfall. Im Gegensatz dazu hat die Kohle von *SunCoal* eine deutlich bessere Energiebilanz, ist Wittmann überzeugt. »Wenn unsere Kunden – zum Beispiel kommunale Energieunternehmen – die entstandene Kohle verbrennen, wird nur die Menge Kohlendioxid freigesetzt, die die Pflanzen vorher aus der Luft geholt haben.«

Die Idee zum Unternehmen, das mittlerweile neun feste Mitarbeiter und ein halbes Dutzend Praktikanten hat, entstand mehr oder weniger aus einem Zufall. »Ich hatte einen Fachartikel zu der Technologie gelesen. Das war der Anstoß, mich damit zu beschäftigen«, sagt der

ehemalige Volkswagen-Mitarbeiter. Wittmann hört sich in seinem erweiterten Freundes- und Bekanntenkreis um und trifft schnell auf seine späteren Mitgründer: Die ehemaligen Roland Berger-Berater Hans-Joachim von Massow und Friedrich von Ploetz sowie Christian von Olshausen, der zuvor bei Daimler und Procter & Gamble beschäftigt war. Die Idee war so überzeugend, dass Wittmann und seine drei Kollegen sich aus ihren sicheren Jobs verabschieden, um 2007 *SunCoal* zu gründen. »Es war gar nicht schwierig, die Sicherheit hinter sich zulassen, sondern vielmehr ein sehr gutes Gefühl, weil wir von der Idee so überzeugt waren«, erklärt Wittmann.

FINANZIERER MÜSSEN ÜBERZEUGT WERDEN

Das wichtigste Thema war für die Gründer von Anfang an die Finanzierung. »Eine solch neue Technologie muss man den Geldgebern plausibel machen und in bestehende Technologien einordnen«, erzählt Wittmann. Den ersten Anschub für das Unternehmen, das 2008 nach Königs Wusterhausen zog, gab Bodo Wolf, promovierter Gründer der Firma CHOREN, der mit seinem neuen Unternehmen *bw-energiesysteme GmbH* mehrere Firmenbeteiligungen hält. »In diesem Jahr hatten wir eine

zweite Finanzierungsrunde, bei der wir Geld von Michael Steinbeis, dem Venture Capital-Fonds *btv* und der *KfW* bekamen«, berichtet der verheiratete Wahlberliner. Das Unternehmen wächst und soll auch weiter wachsen, sagt Wittmann. »Wir stellen Verfahrenstechniker und Konstrukteure ein und wollen mittelfristig auf 20 Beschäftigte kommen.« Die Diskussion, die im Zuge des Biosprits aufkam, trifft *SunCoal* übrigens nicht. Beim Kraftstoff war nach anfänglicher Euphorie kritisiert worden, dass die Rohstoffe bei der Nahrungsmittelproduktion fehlen würden. »Wir verwenden Holz, Gras und das Stroh, das nach dem Dreschen übrig bleibt«, sagt Wittmann. »Auf demselben Feld wachsen sowohl das Getreide für Brot als auch der Rohstoff für unsere Kohle.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Energie- und Verfahrenstechnik –
Dipl.-Ing. Energie- und
Verfahrenstechnik (2002)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2007

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
SunCoal Industries GmbH
www.suncoal.com



ZUR PERSON
Dr. Tobias Wittmann

MOTTO
»Überzeugt von der Idee«

PREISE
Gewinner des Gründerpreises
der Wirtschaftswoche 2008



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»... Geld verdienen, um die Arbeit machen zu können«

Henry Westphal und Guido Kuhlmann

Tigris Elektronik GmbH

49

TU Berlin, Wintersemester 1991/92. Es ist der erste Tag des neuen Semesters, 500 Studentinnen und Studenten tummeln sich auf dem Campus, die Veranstaltungen sind überfüllt, erwartungsvolle Hektik allerorten. Im Mathematik-Tutorium sitzen die angehenden Elektrotechnik-Ingenieure Henry Westphal und Guido Kuhlmann nebeneinander und kommen rasch ins Gespräch. Die beiden sind sich sympathisch und verlieren sich fortan nicht mehr aus den Augen. Eine beginnende Freundschaft mit Folgen. Heute sind sie Geschäftsführer der *Tigris Elektronik GmbH*, die sich auf die Entwicklung und Produktion hochwertiger elektronischer Baugruppen in den Bereichen Bild- und Signalverarbeitung sowie Messtechnik spezialisiert hat. Sieben in Vollzeit beschäftigte Ingenieure und vier Teilzeitmitarbeiter hat *Tigris* gegenwärtig.

GEGENSÄTZE ZIEHEN SICH AN Die Geschichte von *Tigris* spiegelt sich in den Charakteren der Gründer wider – zwei, wie sie selbst sagen, recht unterschiedliche Charaktere. »Ich denke gerne in abstrakten und mathematischen Strukturen und habe ein Händchen für Informatik und Digitaltechnik«, sagt der 1971 in Potsdam geborene Mathematik-Fan Guido

Kuhlmann. »Meine Stärken liegen im Bereich der visuellen Vorstellungskraft und in der Analogtechnik«, sagt Henry Westphal, der 1963 in Tübingen das Licht der Welt erblickte. Das meiste habe er in der Praxis – nach dem Abitur arbeitete er nahtlos einige Jahre in zwei Unternehmen als Elektronikentwickler – und, ja, bei Elektronik-Schrotthändlern gelernt, einfach dadurch, dass er Geräte akribisch unter die Lupe nahm und unbedingt nachvollziehen wollte, warum bestimmte technologische Lösungen gewählt wurden.

1992 gründen die beiden eine GbR, erste Gehversuche als Unternehmer. »Die kommenden sechs Jahre entwickelten und produzierten wir in meiner Wohnung«, blickt Henry Westphal auf die Zeit zurück und dabei scheint ein bisschen Wehmut mitzuschwingen. Über sein Spülbecken in der Küche legen sie zwischenzeitlich eine zusätzliche Arbeitsplatte, weil im Wohnzimmer nicht genug Platz zum Löten von Platinen ist. Schon damals setzten die Macher auf Qualität und nachvollziehbare Dokumentationen, das kommt ihnen noch heute zugute, sagen sie. In den ersten Jahren verdoppeln sich regelmäßig die Umsätze, Kunden kommen hinzu. Sie haben ihre Nische gefunden.

STREITEN LERNEN Die GmbH-Gründung folgt 1998; 2001 schlittert ihre Firma in ihre schwierigste Phase. Der Handy-Boom in Deutschland, von dem auch *Tigris* profitiert hatte, endet schlagartig. »Ein Großteil des Ertrags kam von einem einzigen Kunden und der stornierte abrupt seine Aufträge«, sagt Henry Westphal. 14 Mitarbeiter beschäftigt *Tigris* zu diesem Zeitpunkt, ein Teil davon muss gehen. Die Euphorie der Anfangszeit ist gründlich verflogen. »In der Folgezeit wäre *Tigris* fast Konkurs gegangen«, sagt Guido Kuhlmann. Die Wende zum Guten, so empfindet es Henry Westphal heute, tritt in Form eines Organisations-Coachings durch einen externen Berater auf: »Das Team, vor allem aber Guido und ich, lernten endlich mit unseren unterschiedlichen Herangehensweisen und daraus resultierenden Konflikten produktiv umzugehen.« Die Gründer begreifen ihre Gegensätze als ihre Stärken und nehmen sich auch des ungeliebten Themas Vertrieb an. »Kundenakquise ist nicht nur wichtig, sondern macht auch Spaß, wenn man sich als engagierter Kundenberater und nicht einfach als Verkäufer begreift«, sagt Westphal, der sich heute im Unternehmen besonders diesem Bereich widmet.

War das Gründen die richtige Entscheidung? Keine Sekunde muss Henry Westphal zögern, um die Frage mit »Ja« zu beantworten. »Trotz aller Widrigkeiten: die Arbeit eines Selbstständigen ist immer kreativer, abwechslungsreicher, spannender und authentischer als die eines Angestellten«, ist der Ingenieur, der an der TU Berlin zusätzlich einen Lehrauftrag wahrnimmt, überzeugt. Und der Schwabe setzt noch eins drauf: »Am Ende eines Urlaubs freue ich mich immer wahnsinnig aufs Schaffen!«

ZUR PERSON

Guido Kuhlmann,
Henry Westphal

MOTTO

»Nicht die Arbeit machen, um Geld zu verdienen, sondern das Geld verdienen, um die Arbeit machen zu können.«

UNSER RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Von Anfang an nahe am Kunden sein. Keine Schulden aufnehmen, sondern mit kleinen, unspektakulären Aufträgen beginnen, diese dann richtig gut machen und kontinuierlich aus eigener Kraft wachsen. Eine gleichberechtigte Partnerschaft von zwei Mitgründern anstreben, denn in der Diskussion werden Entscheidungen besser.

STUDIENGANG (ABSCHLUSS)

Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik
(Henry Westphal: 1998)
(Guido Kuhlmann: 2000)

JAHR DER GRÜNDUNG

1998

MITARBEITER

6–20

UNTERNEHMEN

Tigris Elektronik GmbH
www.tigris.de



»Eine Idee wird erst durch das richtige Team zum Erfolg« Dennis von Ferenczy amiando AG

Viele Firmen haben ja so etwas wie einen Gründungsmythos. Ein Ereignis oder ein Moment, an dem das Unternehmen in Umrissen Gestalt annimmt. Der *amiando*-Mythos geht so: Sommer 2006, der Sommer der Fußball-WM in Deutschland. Sechs Freunde möchten das Spiel Deutschland gegen Costa Rica sehen, mit rund 200 weiteren Freunden und Bekannten. Fußball in der Abendsonne, kühle Biere, Party pur: eine tolle Idee, aber mühselig zu organisieren – Internet hin, E-Mail her. Die Freunde fragen sich: Geht das nicht einfacher? Könnte man nicht ein entsprechend cleveres Online-Werkzeug basteln? Ließe sich das vermarkten?

»EIN LADEN ZUM EINLADEN« »Ja«, lauten die Antworten. Dennis von Ferenczy sitzt in einem Besprechungsraum in einem Büro im Münchener Schlachthof-Viertel und nickt, wie zur Bestätigung. Er trägt Jeans und ein blaues Hemd, die obersten drei Knöpfe geöffnet. Freundlich, leger und 28 Jahre jung ist der an der TU Berlin ausgebildete Wirtschaftsingenieur. Er und seine fünf Mitgründer, keiner älter als 30 Jahre, haben in den vergangenen drei Jahren eine vielbeachtete Karriere gemacht. Ihr Unternehmen gewann eine Reihe namhafter Investoren und sammelte reichlich Preise, Aus-

zeichnungen und lobende Erwähnungen ein. Aus der WM-Party-Idee ist die *amiando AG* geworden, ein 24 Mitarbeiter großes Unternehmen, eine Art »Social-Event«-Portal, das eine Reihe von Online-Werkzeugen bereithält, mit denen sich Veranstaltungen organisieren lassen. Ausrichter können über das Portal eine eigene Webseite anlegen, die mit einem virtuellen Ticketshop gekoppelt ist. Über die Webseite lassen sich Teilnehmer einladen, registrieren sowie vorab als auch anschließend über das Event informieren. *amiando* übernimmt auf Wunsch die Zahlungsabwicklung, Rechnungsstellung und den Versand von Tickets.

SMART, GUT AUSGEBILDET, EHRGEIZIG Der Lohn der Dienstleistung: Eine Provisionsgebühr pro verkauftes Ticket von 7,5 Prozent. Rund 70.000 Events wurden bislang so organisiert. Der Firmenumsatz steigt pro Quartal um 30 bis 40 Prozent. Obwohl *amiando* gut im Rennen und sogar über Business-Planzahlen liegt, wie Gründer Ferenczy bestätigt, reagierte man auch bei *amiando* auf potenzielle Bedrohungen der Wirtschaftskrise. Ende 2008 beschloss man Kostensenkungen, trennte sich von zwei Mitarbeitern. Ende dieses Jahres will die Firma erstmals schwarze Zahlen schreiben.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

Die Vita von Dennis von Ferenczy lässt sich als beispielhaft für das gesamte Gründerteam lesen. Die Quintessenz: Smart, gut ausgebildet, ehrgeizig und bereit für Experimente und Herausforderungen. Ferenczy, dessen Vater und Großvater als Medienmanager und Filmproduzent aktiv waren, programmierte zu Schulzeiten mit seinem Freund und heutigem *amiando*-CEO Felix Haas Software-Spiele. Während des Studiums gründete er eine kleine Firma für E-Mail-Marketing. Ein Praktikum bei der Unternehmensberatung McKinsey verläuft vielversprechend, aber dann kommt *amiando* ins Spiel. Nachdem mit Spreadsheet-Gründer Lukasz Gadowski der erste Business Angel gefunden wird, gibt es kein Zurück mehr. »Das Team!«, antwortet Dennis von Ferenczy auf die Frage, was die bisherigen Erfolge ermöglicht hat. »Das ist wichtiger als die Firmenidee selbst«, schiebt er nach. Seine Begründung: Insbesondere im Internet-Sektor sind Ideen und Technologien vielfach kopierbar. »Ein Team jedoch, in dem Kompetenzen und Interessen gut verteilt sind und das auch persönlich auf einer Wellenlänge liegt, ist das nicht.« Viele hätten sie vor drei Jahren für verrückt erklärt, dass sie zu sechst gründen wollten. »Genau das sehe ich aber als unsere Stärke.«

Die Zukunft sehen Ferenczy und seine Mitstreiter positiv – und pragmatisch. Alt und grau werden sie bei *amiando* wohl nicht werden, denn die Firma finanziert sich schließlich durch Investoren. In der Regel steht damit irgendwann ein Verkauf oder ein Gang an die Börse an. Und dann? Persönlich kann sich Ferenczy ein Leben in Südamerika gut vorstellen, Spanisch spricht er fließend und die Mentalität liebt er. Und, ganz gewiss: Internet-Start-Ups lassen sich auch dort gründen.

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Wirtschaftsingenieurwesen –
Dipl.-Wirtsch.-Ing. (2007)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2006

MITARBEITER
21–50

UNTERNEHMEN
amiando AG
www.amiando.com



ZUR PERSON
Dennis von Ferenczy

MOTTO
»Auch die beste Idee wird
erst durch das richtige Team
zum Erfolg.«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Focus, focus, focus –
als Unternehmer hat man
immer viel mehr Ideen, als man
gut umsetzen kann. Da ist es
essenziell von Zeit zu Zeit einen
Schritt zurückzutreten, sich über
seine Prioritäten klar zu werden
und neu zu fokussieren.

»Begeistert von gutem Design« 57

Claus Abt, Dr. Stefan Harries und Dr. Karsten Hochkirch

FRIENDSHIP SYSTEMS GmbH



Foto: FRIENDSHIP SYSTEMS GmbH

Es liegt doch wohl auf der Hand, dass man eine gewisse Begeisterung für das Meer aufbringen sollte, wenn man sich, im weiteren Sinne, mit dem Bau von Schiffen beschäftigt, oder? Ja, Stefan Harries stimmt voll und ganz zu. Bei ihm und den beiden Mitgründern der *FRIENDSHIP SYSTEMS GmbH*, Claus Abt und Karsten Hochkirch, jedenfalls ist das der Fall: Abt stammt von der Insel Spiekeroog, ist gewissermaßen ein Kind des Meeres. Hochkirch und Harries sind zwar »Landratten«, als solche aber seit langem begeisterte Segler und Surfer. »Wir sind mit allen Wassern gewaschen«, sagt Harries – entschuldigt sich aber sofort schmunzelnd für den Kalauer.

SCHNITTIG UND SPARSAM Die *FRIENDSHIP SYSTEMS GmbH* ist eine Ausgründung aus dem Bereich Schiffs- und Meerestechnik der TU Berlin. 2001 riefen die Ingenieure die GbR ins Leben, im Juli 2003 folgte die GmbH, die Software-Lösungen für den rechnergestützten Entwurf (CAE) von Schiffen, Propellern, Turbinen, Pumpen und Windrädern bietet. »Das entscheidende Stichwort ist »Simulation-driven Design«, sagt Stefan Harries. Es ermöglicht bereits am Rechner, die Zusammenhänge, die es zwischen der Geometrie zum Beispiel

eines Containerschiffes und dessen Energieverbrauch gibt, hundertfach zu simulieren und ziemlich exakt voraussagen. So erfahren die Konstrukteure bereits vor der experimentellen Testphase, für die in der Regel ein mehrere Meter langes Modell gebaut werden muss, viel über das künftige Schiff, das auch mal 380 Meter lang sein kann. »Typischerweise senkt man durch die Anwendung unserer Entwurfssoftware den Energieverbrauch des zu bauenden Schiffes um bis zu fünf Prozent«, sagt der 43-Jährige. Im laufenden Betrieb seien das bedeutende Kosten: Der Reeder spare jedes Jahr Hunderttausende von Dollar an Kraftstoff.

Der Gründung voraus ging zum einen die Erkenntnis, dass das Verfahren sehr innovativ ist. »Wir glaubten immer an einen Erfolg«, sagt Harries. Zum anderen waren auch die Väter der drei Gründer selbstständig. »Mit diesen Vorbildern war das Unternehmertum für uns eindeutig positiv besetzt.« Zudem nahmen die drei im Jahr 2001 am Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg teil und errangen den zweiten Platz, was wiederum ein Preisgeld und Publicity nach sich zog. 2003 folgte ein weiterer wichtiger Schritt, als *FRIENDSHIP SYSTEMS* mehrere Hunderttausend Euro Fördergelder aus einem Innovationsprogramm

des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit einwarb. »Das war sehr wichtig für uns, denn so kamen wir zu einem gewissen Startkapital«, sagt Stefan Harries. Er und seine zwei Mitgründer waren damals bereits verheiratet, hatten schon Kinder. »Wir waren nicht mehr Mitte 20 und hatten allesamt finanzielle Verpflichtungen. Etwas Sicherheit für die ersten zwei Jahre war uns sehr willkommen.«

EINE NEUE WACHSTUMSPHASE Druck habe er bei der Gründung trotzdem kaum verspürt, sagt Harries. »Der kam erst später, als mir klar wurde, welche Verpflichtungen und Versprechen man als Unternehmer immer wieder gibt, gegenüber den Kunden, den eigenen Mitarbeitern, aber auch gegenüber Kooperations- und Vertragspartnern«, erzählt der Firmenchef. Unternehmer sein, das heiße nun einmal, Verantwortung zu übernehmen, gerade auch in schwierigen Zeiten, etwa wenn es hohe Außenstände gibt oder Kunden nicht zahlen können.

Den Schritt in die Selbstständigkeit haben Claus Abt, Stefan Harries und Karsten Hochkirch jedoch nie bereut. 17 Mitarbeiter hat *FRIENDSHIP SYSTEMS* mittlerweile. Zudem gliederten die Gründer 2007 den Bereich »Be-

ratung« in ein eigenes Unternehmen namens *FRIENDSHIP CONSULTING* mit mittlerweile zehn Angestellten aus, um den verschiedenen Kundengruppen besser gerecht werden zu können. Im Januar 2009 stieg zudem das Unternehmen *Germanischer Lloyd (GL)*, dessen über 6.000 Mitarbeiter weltweit unter anderem Schiffe und Industrieanlagen klassifizieren, mit einem »substanziellen Anteil« bei *FRIENDSHIP SYSTEMS* ein, und integrierte *FRIENDSHIP CONSULTING* in den maritimen Dienstleistungsbereich. »Der *GL* wird uns einen weiteren kräftigen Schub nach vorne bringen«, ist Stefan Harries sicher. »Für *FRIENDSHIP SYSTEMS* bedeutet dieser große Partner den Eintritt in eine neue Wachstumsphase.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Verkehrstechnik –
Dipl.-Ing. Verkehrstechnik
(Claus Abt: 1998)
(Dr. Stefan Harries: 1992)
(Dr. Karsten Hochkirch: 1994)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2001

MITARBEITER
17

UNTERNEHMEN
FRIENDSHIP SYSTEMS GmbH
www.friendship-systems.com



DAS TEAM
Claus Abt, Dr. Stefan Harries,
Dr. Karsten Hochkirch*
*jetzt GL FutureShip

MOTTO
»Das Team ist entscheidend
für den Erfolg.«

**UNSER RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Hören Sie noch genauer
auf den Rat Ihrer Berater,
aber entscheiden Sie nach
Ihrer eigenen Überzeugung.

PREISE
2. Platz beim
Businessplan-Wettbewerb
Berlin-Brandenburg 2001



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Spaß haben!« Dr. Matthias Kunter und Dr. Sebastian Knorr imcube media GmbH

61

Sebastian Knorr gibt dem Besucher eine Plastikbrille. Dann startet er den Film. Ein majestätischer Eisberg erscheint, auf offener See, in strahlendem Sonnenschein. Die Aunahmen wurden offenbar von einem Flugzeug aus gemacht, das den weißen Riesen umkreist. Dank Brille und einer speziellen Filmtechnik scheint der Berg aus dem Bildschirm hervorzuragen, mitten hinein in den Raum. Ein verblüffender Effekt – und er dürfte sich langfristig zu Geld machen lassen, denn innerhalb der Kinobranche besteht große Zuversicht, dass 3D-Filme zum Renner werden.

3D-BLOCKBUSTER MIT GERINGEN MITTELN »Klar, das hoffen wir natürlich auch«, sagt Sebastian Knorr. Mit »wir« meint der 36-Jährige sich und den Mitgründer der *imcube media GmbH*, Matthias Kunter (32). Ganz jung ist das Unternehmen noch, die Gründung erfolgte im Sommer 2009. Kunter und Knorr entwickeln Software, mit der sich normal aufgezeichnete Filmszenen wie der Flug um den Eisberg in dreidimensionale Sequenzen umwandeln lassen, und zwar vollautomatisch. Die Konvertierung von 2D in 3D ist heute in der Regel mühevoller Handarbeit; für die Umwandlung eines Films sind bis zu 200 Mitarbeiter ein ganzes

Jahr lang beschäftigt. Millionen von Dollar kostet das. Mit der *imcube*-Technologie soll sich der teure Personaleinsatz deutlich senken lassen. Auch könnten mehr Filme in kürzerer Zeit konvertiert werden, was wiederum einen Nerv trifft: Die Filmindustrie lechzt danach, neue oder neu aufgepeppte 3D-Blockbuster in die Kinosäle zu bringen, deren Umrüstung vor allem in den USA auf Hochtouren läuft. *imcube* scheint sich eine viel versprechende Nische ausgesucht zu haben, in der sich zudem weltweit nur eine Handvoll anderer Firmen tummelt.

Noch steckt das kleine Unternehmen – neben den zwei Gründern gibt es einen weiteren wissenschaftlichen Mitarbeiter und zwei Werkstudenten – in den Anfängen. »Wir arbeiten mit Hochdruck an immer besseren Verfahren, denn es gibt noch ein paar Kinderkrankheiten. Ein vermarktbare Produkt dürften wir im Frühjahr 2010 anbieten können«, sagt Sebastian Knorr, der bei *imcube* die kaufmännischen und organisatorischen Aufgaben übernommen hat, während Matthias Kunter für Forschung und Entwicklung zuständig ist. Erste Kontakte zur Filmindustrie und zu Produktionsfirmen sind geknüpft; in den kommenden Monaten sollen sie vertieft werden, durchaus mit dem Ziel

einen Geldgeber zu finden, der den weiteren Ausbau von *imcube* mittragen möchte. Nicht unwahrscheinlich ist, dass *imcube* einen kleinen Sitz in L.A. gründen wird, denn: Kontakte sind das A und O im Filmbusiness und Kontakte erreicht man nur durch direkte Präsenz.

UNTERNEHMERBLUT IN DER FAMILIE Die beiden Gründer lernten sich im Jahr 2002 in der Schlussphase ihres Elektrotechnik-Studiums kennen und fanden rasch einen guten Draht zueinander. Ihre Forschungsbereiche ergänzen sich perfekt, sie tauschen sich aus, forschen und veröffentlichen gemeinsam. Die Idee, damit erfolgreich im wachsenden 3D-Markt mitzumischen, nimmt langsam aber sicher Gestalt an. Eine Unternehmensgründung finden sie alles andere als abschreckend, im Gegenteil: Sebastian Knorrs Vater betreibt in zweiter Generation ein Unternehmen für Sicherheitstechnik in Berlin. »Unternehmertum liegt mir wohl ein bisschen in den Genen«, sagt der Filius. Vater Knorr berät das junge Unternehmen zudem tatkräftig insbesondere bei den Themen Marketing und Controlling. Zudem gelang es den beiden Datenexperten im November 2007, ein EXIST-Gründerstipendium und im August 2008 die Teilnahme am EXIST-

Forschungstransfer – beides Gründungsunterstützungsprogramme des Bundesministeriums für Wirtschaft – zu erhalten. Und, wo mag das alles hinführen? Sebastian Knorr zuckt belustigt mit den Schultern. »*imcube* macht großen Spaß und wir wollen unbedingt erfolgreich sein, aber wir betrachten es nicht zwangsläufig als finale Lebensaufgabe.« Vielleicht verkaufen sie das Unternehmen irgendwann, vielleicht haben sie einmal eine neue, gute Idee für ein neues Unternehmen. Sebastian Knorr erzählt, dass er als jugendlicher unbedingt Pilot werden wollte. Stattdessen ist er heute 3D-Experte und sehr glücklich damit. Sein Fazit: »Man muss offen für Neues bleiben.«

ZUM TEAM

Dr. Sebastian Knorr,
Dr. Matthias Kunter

MOTTO

»Spaß haben!«

PREISE

Auszeichnung bei der Initiative »Deutschland – Land der Ideen« 2009, Kategorie Wissenschaft und Technik / Hauptgewinner des Gründerwettbewerbs »Mit Multimedia erfolgreich starten« 2007 und des LOEWE Sonderpreises »Multimedia in der Unterhaltungselektronik«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**

Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik
(Dr. Sebastian Knorr: 2002)
(Dr. Matthias Kunter: 2002)

JAHR DER GRÜNDUNG
2009

MITARBEITER
bis zu 5

UNTERNEHMEN
imcube media GmbH
www.imcube.de



»In jeder Niederlage steckt ein Neuanfang« Dr. Herwig Freiherr von Nettelhorst getemed AG

Die Idee zu seiner Firma hatte Herwig Freiherr von Nettelhorst im Kreißaal im Klinikum Neukölln. Die Geburt seines zweiten Kindes zog sich hin, der heute 64-jährige kam mit dem Chefarzt ins Gespräch. »Ich erzählte ihm, dass ich bei der Firma Biotronik an Herzschrittmachern arbeite«, erinnert sich der zweifache Vater, der 1978 am Institut für Biomedizinische Technik an der TU Berlin promovierte. »Wir haben uns so intensiv unterhalten, dass die Schwester ihn wieder zur Geburt rufen musste.«

Die spannende Unterhaltung mit Professor Erich Saling, einer der Begründer der vorgeburtlichen Medizin, machte von Nettelhorst mit einem dramatischen Thema bekannt: Dem plötzlichen Kindstod. »Er erzählte mir, dass es zwar Überwachungsgeräte gebe, diese aber nicht zuverlässig funktionieren würden. Ich dachte, so etwas müssten wir doch hinbekommen.«

BEIM FRÜHEREN ARBEITGEBER VIEL GELERNT

Von Nettelhorst lernt einige Zeit später eine Folie kennen, die auf Druck und Temperatur reagiert. Mit dieser Technologie konstruiert er ein Gerät, das Säuglinge im Kindsbett überwachen kann. Der gelernte Starkstromelek-

triker wittert eine Geschäftsidee und kündigt bei Biotronik – schweren Herzens. »Meinen Chefs Professor Max Schaldach und Hermann Rexhausen habe ich sehr viel zu verdanken«, macht von Nettelhorst klar. »Ich habe sehr viel für die eigene Firma gelernt.«

Genützt hat das zunächst nicht viel, obwohl sein Produkt erfolgreich war. »Ich habe den dummen Fehler begangen, mich nicht vernünftig um den Vertrieb zu kümmern«, sagt von Nettelhorst, der 1984 die *getemed GmbH* gründete. »Den gesamten Vertrieb hatte ich exklusiv an einen Partner vergeben.« Die Zusammenarbeit funktioniert aber nicht. »Vertrieb und Entwicklung müssen eng kooperieren, damit man weiß, was der Markt will und braucht.« Die Firma, in der bereits 15 Personen arbeiteten, ging komplett an den Vertriebspartner. Im Gegenzug erhielt von Nettelhorst die Rechte an seinen Produkten und den Firmennamen *getemed GmbH*. Gemeinsam mit drei Partnern überlegt von Nettelhorst, was zu tun ist. »Der Entschluss war klar: Wir gründen wieder eine Firma.«

MARKTFÜHRER IN EUROPA Dieses Mal mit mehr Erfolg. Die Monitore zur Überwachung von Risikokindern in der Klinik und im häus-



Foto: TU Pressestelle / Dahl

lichen Bereich entwickelte die *getemed AG* weiter. »Die Monitore können etwa sechsmal für eine zwölfmonatige Überwachung eingesetzt werden, was die Kosten für die Krankenkassen im Vergleich zu einem stationären Aufenthalt erheblich senkt«, erklärt der Vorstand von Europas Marktführer in diesem Bereich. Profitiert hat seine Firma in der schweren zweiten Anfangsphase, in der es zum Beispiel für die Gründer keine Gehälter gab, vom immer noch guten Kontakt zu seinem früheren Arbeitgeber. Biotronik, deren Forschung und Entwicklung von Nettelhorst in eine neue Technologie gebracht hatte, unterstützt den ehemaligen Mitarbeiter im Vertrieb. Nachdem die Überwachungsmonitore in Serie funktionierten, suchte sich von Nettelhorst eine neue Herausforderung. Er erinnerte sich an die Kardiologie und seine Arbeit bei Biotronik. »Die können implantierbare Herzschrittmacher perfekt. Deswegen haben wir uns auf 24 Stunden-Langzeit-EKG Systeme spezialisiert, die außerhalb des Körpers messen.« In Zukunft wird sich *getemed* mit der Telemedizin beschäftigen, einem Riesemarkt, zeigt sich von Nettelhorst überzeugt. »Allein in Deutschland leben 1,2 Mio. Menschen mit einer Herzmuskelschwäche. Wir entwickeln

eine Technologie, mit der wir Risikopatienten zuhause überwachen können.«

PREISE MACHEN BEKANNT Für diese und andere Ideen gewann *getemed* mehrere Preise. Mit dem Innovationspreis des Landes Berlin 1987 zum Beispiel konnte sich das damals junge Unternehmen bekannter machen. Mittlerweile arbeiten 60 Beschäftigte im Unternehmen, das rund zehn Mio. Euro Umsatz im vergangenen Jahr machte. Im März, wenn von Nettelhorst 65 Jahre alt wird, möchte er seinen Vorstandsposten abgeben. »Ich werde aber weiterhin in der Firma bei der Entwicklung und im Aufsichtsrat dabei sein«, sagt er. »Die Entwicklung macht mir am meisten Spaß. Warum sollte ich mir den selbst nehmen?«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Ingenieurwesen –
Dipl.-Ing. (1974)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1984

MITARBEITER
51–100

UNTERNEHMEN
getemed Medizin- und
Informationstechnik AG
www.getemed.de



ZUR PERSON

Dr. Herwig Freiherr
von Nettelhorst

MOTTO

»In jeder Niederlage
steckt ein Neuanfang.«

PREISE

Gewinner des
Innovationspreises Berlin 1987 /
Gütesiegel Top 100 2004 und
2007 / Mutmacher der Nation
2007



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Jeden Tag mit Freude aufstehen und redlich arbeiten« Natascha Meuser Meuser Architekten | DOM publishers

69

Auf die Frage, ob sie die Selbstständigkeit jemals bereut hat, schaut Natascha Meuser sehr verwundert, so, als ob sie noch niemals darüber nachgedacht hätte. »Nein«, sagt die Geschäftsführerin des Architekturbüros *Meuser Architekten*, das sie 1996 gemeinsam mit ihrem Mann Philipp gegründet hat, und schüttelt energisch den Kopf. »Morgens aufstehen und redlich arbeiten«, heiße ihr Motto, das wegen seines antiquierten Klangs so gar nicht zu den schlichten, aber durch und durch gestalteten Büroräumen schräg gegenüber vom Auswärtigen Amt in Berlin-Mitte passen mag.

Natascha Meuser ist sich dessen bewusst, lächelt auch ein wenig, als sie den Satz ausspricht, meint ihn aber durchaus ernst. Die 42-Jährige stammt aus einer Unternehmerfamilie, die Produkte verkauft, die wohl jedes Kind in Deutschland kennt: Die Schlümpfe und die Miniatur-Tiere der Firma Schleich. »Wir haben schon als Kinder mitgearbeitet und verinnerlicht, dass es auch bei Problemen immer wieder einen Ausweg gibt«, begründet sie, warum sie auch mögliche schwierigere Zeiten in der Selbstständigkeit nicht schrecken können.

Mit dieser Einstellung – und mit guten Ideen – machten sich die Meusers in den vergangenen Jahren einen Namen in der Architekturszene.

In den Anfangsjahren lief das Büro neben den Lehr- und Forschungstätigkeiten der Gründer eher auf Sparflamme, es folgten kleinere Bauten und Umbauten und schließlich große Projekte wie etwa das Theater in der Spielbank Berlin oder ein Verwaltungsbau in Schwäbisch-Gmünd. »In Berlin, wo wir gerne mehr bauen würden, gibt es momentan aber einfach wenige Möglichkeiten«, berichtet Natascha Meuser, die in Rosenheim ihr Diplom in Innenarchitektur abschloss, anschließend in Chicago ihren Master in Architektur machte und als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der TU Berlin arbeitete.

»Wir haben uns deswegen vor einigen Jahren im Ausland umgetan, wo man auch als relativ unbekanntes Büro größere Bauten umsetzen kann und die Konkurrenz bei den Wettbewerben nicht so groß ist. Außerdem arbeiten bei uns international erfahrene Leute, die viele andere junge Büros nicht bieten können.« Das Ergebnis des Engagements in aller Welt: *Meuser Architekten* entwarfen und bauten etwa die deutsche Botschaft in Sarajewo und inzwischen fünf Botschaften in Astana/Kasachstan. Hinzu kommen Stadt- und Landhäuser in Nürnberg, am Finnischen Meerbusen oder am Atlantik – und inzwischen auch wieder in Berlin.

Ein zweites Standbein, in das die Meusers seit 2005 viel Geld und Zeit investierten, ist der renommierte Buchverlag *DOM publishers*, der mittlerweile auch Geld abwirft und zugleich die wichtigen Kontakte intensiviert. Rund 70 großformatige, hochwertige Bücher veröffentlichte das Ehepaar in Zusammenarbeit mit Autoren und Grafikern bisher, kümmert sich um Konzepte und den Druck, organisiert Marketing und Vertrieb. Am Anfang stand übrigens ein Architekturprojekt der Meusers, dessen Ergebnisse dokumentiert werden sollten. »Man muss als Selbstständige auch einmal Chancen ergreifen, wenn sie sich bieten«, weist sie auf eine für sie wichtige Gründereigenschaft hin. Das Engagement für Bücher, für die Vermittlung von Architektur und Gestaltung, beschreibt in gewisser Hinsicht auch einen Traum der Architektin: »Ich würde gerne in einigen Jahren meine eigene Architekturschule eröffnen, in Form einer privaten Universität«, erklärt Natascha Meuser. »Die Architektur hat sich in den vergangenen zehn, 15 Jahren stark verändert; Kommunikation ist viel wichtiger geworden. Daran muss sich auch die Lehre orientieren.« Zumal durch die Einführung des Bachelors die Qualität auf der Strecke bliebe, wie sie sagt. »Wir wollen das Ganzheitliche un-

seres Faches wieder weiter nach vorne bringen.« Die Vielfalt ihrer Arbeit ist auch an Projekten abzulesen, die sie für die väterliche Firma übernimmt. Natascha Meuser holt eine Aktentasche und zieht einen Präsentationsordner heraus. Sie blättert kurz durch die Seiten, zeigt auf Furcht erregende Gestalten und liebliche Prinzessinnen – eine neue Kollektion für Schleich. »Es macht wahnsinnig viel Spaß, auch einmal so etwas Fantasiévollles zu zeichnen, was mit der Realität nichts zu tun hat.«

ZUR PERSON

Natascha Meuser

MOTTO

»Jeden Tag mit Freude aufstehen und redlich arbeiten.«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Auf gute Berater vertrauen und ein Ziel bis zum Ende verfolgen.

STUDIENGANG (ABSCHLUSS)

Architektur – Dipl.-Ing. Arch.
(1992)

JAHR DER GRÜNDUNG

Meuser Architekten: 1996
DOM publishers: 2005

MITARBEITER

6–20

UNTERNEHMEN

Meuser Architekten GmbH
www.meuser-architekten.de
DOM publishers
www.dom-publishers.com

Meuser
Architekten
GmbH



DOM
publishers

»Trau Dich!« Theofanis Vassiliou-Gioles Testing Technologies IST GmbH

Theofanis Vassiliou-Gioles hatte Ende der 90er Jahre einen schönen Job, der ihm Spaß machte. Als wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Fraunhofer-Institut FOKUS konnte er forschen und entwickeln – ohne eigenes unternehmerisches Risiko. Gemeinsam mit seinen Kollegen arbeitete der in Berlin geborene Grieche, der an der TU Berlin Elektrotechnik studierte, an automatisierten Testverfahren für Mobiltelefone, Computer und andere High-tech-Geräte. Das hätte ewig so weitergehen können, bis Vassiliou-Gioles merkte, dass die Ergebnisse der Forschung eine immense Nachfrage erzeugen hatten.

VON DEN GRUNDLAGEN ZUR ANWENDUNG

»Wir hatten etwas gefunden, dass als Produkt auf dem Markt funktionieren und mit dem man Geld verdienen würde«, erzählt der 37-Jährige heute, während er in dem lichtdurchfluteten, hohen Gemeinschaftsraum seines Unternehmens *Testing Technologies* in den großzügigen Innenhof blickt. »Das Problem war nur: Im Fraunhofer-Institut konnten wir uns nicht weiter mit der kommerziellen Umsetzung unserer Ideen beschäftigen, sondern mussten angewandte Forschung machen.« Gemeinsam mit drei Mitarbeitern des Instituts inklusive des

Leiters macht er sich selbstständig und gründet im Jahr 2000 *Testing Technologies*.

Ein großer Schritt, denn die Arbeit war zuvor bis zu 60 Prozent mit öffentlichen Mitteln finanziert worden – für das neue Unternehmen hingegen war die Finanzierung auf Grund der sich damals im Abschwung befindlichen New Economy sehr schwierig. »Wir haben 50 Risikokapitalgeber angesprochen, aber keiner biss an. Weil wir aber wussten, wie gut unsere Produkte waren, haben wir mit Erspartem, Fördermitteln und geringen Gehältern durchgehalten«, erinnert sich Vassiliou-Gioles. Gelernt hat er auch etwas dabei: Den Fehler, die ersten Jahre nur nach Fremdkapital zu suchen, würde er nicht noch einmal begehen.

Geschadet hat die Geldsuche dem Unternehmen aber auch nicht: Mittlerweile sind 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter damit beschäftigt, auf der Grundlage der selbst entwickelten Plattform »TTworkbench« Kommunikationsgeräte für Kunden wie Cisco Systems, France Telecom, Intel, Samsung Electronics oder Siemens zu testen. Die *Testing Technologies IST GmbH* ging mit dem Produkt einen ungewöhnlichen Schritt: Das junge Unternehmen, das in den ersten drei Jahren »auf kleiner Flamme kochte«, machte das eigene Know-how öffent-



Foto: TU Pressestelle / Dahl

lich, um die Testplattform als Standard zu verankern. Heute verdient das noch immer »junge Unternehmen«, wie Vassiliou-Gioles scherzend sagt, das Geld vor allem damit, gemeinsam mit den Kunden spezielle Software zu entwickeln, die an die Produkte der Abnehmer angepasst ist. Erfolgreich, denn seit 2004 wuchs der Umsatz des Unternehmens teilweise um bis zu 40, 50 Prozent pro Jahr.

DIE MARMOR-LEHRE »Ganz einfach gesagt, testet unsere Software zum Beispiel, ob mobile Festnetztelefone Kontakt zu ihrer Basisstation bekommen oder bei Handys das SMS-Schreiben funktioniert«, beschreibt Vassiliou-Gioles, der schon mit elf Jahren an der Heimcomputer-Legende Commodore C64 und ab 1988 am PC werkelte, das Prinzip seiner Arbeit. Früher musste so etwas komplett an Hunderten Geräten von Hand gemacht werden, bevor eine neue Entwicklung in die Produktion gehen konnte.

Geübt für die Selbstständigkeit hatte Theofanis Vassiliou-Gioles schon während des Studiums. »Ich kannte einen Marmorproduzenten aus Griechenland und Fliesenleger hier in Deutschland, die Marmor benötigten. Da habe ich die beiden Seiten einfach zusammen-

gebracht und so zwei Jahre lang mein Studium finanziert«, erzählt der zweifache Vater. Irgendwann wurde das kleine Importgeschäft so zeitintensiv, dass sich Vassiliou-Gioles zwischen Studium und Verdienst entscheiden musste. »Ich wollte gerne in meinem Fach arbeiten, so dass die Entscheidung leicht fiel.« Gelernt hat er dabei, auf die Kunden zuzugehen. »Wir müssen viel Kaltakquise machen, um an Aufträge zu kommen«, erklärt Vassiliou-Gioles, und »leider«, wie er nachschiebt, arbeitet er somit aus Zeitgründen kaum noch an der Produktentwicklung mit. Das vermeintlich weiche Bett der Wissenschaft hat er von Anfang an hinter sich gelassen. »Wir hatten keine Rückkehrverträge. Wenn man auf Sicherheit aus ist, sollte man sich nicht unbedingt selbstständig machen.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik (1998)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2000

MITARBEITER
21–50

UNTERNEHMEN
Testing Technologies
IST GmbH
www.testingtech.com



ZUR PERSON
Theofanis Vassiliou-Gioles

MOTTO
»Trau Dich!«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Eine Entscheidung, die gefällt
wird kann nie so verkehrt sein,
wie Entscheidungen, die nie
gefällt werden!



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Always write the best software money can buy« Carsten Pahl Pahl IndustrieSoftware

77

Wachstum ist eines der großen ungeschriebenen Gesetze der Marktwirtschaft. Unternehmen werden gegründet, fangen klein an und werden mit der Zeit größer, stärker und erfolgreicher. Alles andere wäre Stagnation, und Stagnation gilt als schlecht, denn wer stagniert, hat keinen Erfolg. Soweit die Theorie. In der Praxis jedoch wird zahllosen Unternehmen der Drang zu wachsen regelmäßig zum Verhängnis. Wer das große Rad drehen will, übernimmt sich dabei auch leicht. Klein zu sein und klein bleiben zu wollen, mag manchem als langweilig gelten. Für ein Unternehmen wie *Pahl IndustrieSoftware* aus Petershagen bei Berlin scheint es jedoch genau das Richtige zu sein.

EIN-MANN-UNTERNEHMER AUS ÜBERZEUGUNG

Carsten Pahl ist Chef eines Ein-Mann-Unternehmens, das er in Berlin im Juli 1993 gründete – drei Jahre, nachdem er an der TU Berlin das Studium der Elektrotechnik begonnen hatte. Auslöser war die anstehende Studienarbeit. »Für die suchte ich damals einen Industriepartner, um eine konkrete praktische Aufgabe bearbeiten zu können«, berichtet er. Pahl wird fündig, aber das betreffende Unternehmen wünscht, dass er die Arbeit als Selbstständiger

ausführt, nicht zuletzt, um Sozialabgaben zu sparen. Er sagt zu, schreibt die Arbeit – und sein Werk schlägt beim Kunden voll ein. Neue Aufträge folgen, und so wird Pahl schon während des Studiums, das er Ende 1997 abschließt, Unternehmer. Mit einigem Geschick gelingt es ihm trotz Zivildienst, den er – die Behörden kennen keine Gnade – im gleichen Jahr noch ableisten muss, sein Unternehmen auf kleiner Flamme am Leben zu erhalten.

Pahl entwickelt maßgeschneiderte Softwarelösungen für die Mess-, Steuer- und Regelungstechnik in industriellen Anwendungen, womit er eine Nische zwischen Elektrotechnik und Informatik füllt. Einer seiner Kunden etwa sitzt in der Nähe von Stuttgart und fertigt Produkte für die Zeit- und Lichtsteuerung sowie die Klimaregelung. Bis zu 7.000 Geräte werden hier täglich produziert und auf Fehlerfreiheit geprüft. Pahl steuert die Software für mehrere Prüfstände bei. »Ich habe immer einen sehr direkten und engen Kontakt zum Kunden, das ist mein Markenzeichen«, erklärt er. Und genau das sei es, was seine Kunden schätzen: Dynamisch, persönlich, zielorientiert. »Der Kunde hat von A bis Z einen Ansprechpartner; das schafft Vertrauen«, ist der 38-jährige Familienvater überzeugt und fügt verschmitzt

hinzu: »Ich backe lieber kleine Brötchen, aber dafür gehaltvolle.« Für ihn persönlich geht die Rechnung auf: »Ich gehe voll in meiner Arbeit auf, bin mein eigener Herr, habe zufriedene Kunden, und für meine Familie bleibt genügend Zeit; was will ich mehr?«

EIN ATMENDES NETZWERK Expansion nur um der Expansion willen ist nicht sein Ziel, sagt Pahl. Außerdem habe er in den Jahren 2002, 2003 bei einem befreundeten Unternehmer, den er seit Studienbeginn gut kennt, hautnah mitbekommen, wie schmerzhaft es ist, sich von Mitarbeitern trennen zu müssen. Große Aufträge oder Auftragsspitzen fängt er selbst lieber mit freien Mitarbeitern für die Dauer des jeweiligen Projektes auf. So hat Pahl im Laufe der Jahre ein gut verzweigtes, gewissermaßen atmendes Kontaktnetz aufgebaut, mit Spezialisten für unterschiedliche Aufgaben, die er je nach Bedarf in die Projekte einbinden kann. Bereiche wie Buchhaltung und Steuern hat Pahl inzwischen vollständig an ein Steuerbüro abgegeben.

Unterm Strich hat das Einzelkämpfertum wesentlich mehr Vorteile als Nachteile, findet der Gründer. Allerdings gibt es Einschränkungen, etwa wenn er Urlaub nehmen will

oder ein Kunde eine dringende Frage hat, die er nicht beantworten kann, weil er unterwegs ist und die Dokumentation nicht einsehen kann. Die Zeichen stehen inzwischen somit recht eindeutig auf Mitarbeiterzuwachs. Ein ehemaliger Praktikant, der ihn derzeit noch als freier Mitarbeiter unterstützt, könnte bald sein erster Arbeitskollege werden. »Immerhin«, ergänzt Pahl trocken: »Die Firma würde damit auf einen Schlag doppelt so groß. Wenn das kein Wachstum ist.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik (1997)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1993

MITARBEITER
bis zu 5

UNTERNEHMEN
Pahl IndustrieSoftware
www.pahl-is.de



ZUR PERSON
Carsten Pahl

MOTTO
»Always write the best
software money can buy.«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Mach keine Schulden;
lieber vorher sparen als nachher
auf einem Schuldenberg sitzen.
Hol Dir BWL-Kenntnisse an der
Uni. Probier die Selbstständigkeit
während des Studiums aus; nach
dem Studium kannst Du Dich
immer noch anstellen lassen.
Sei hartnäckig und ziehe Deine
Idee bis zum fertigen Produkt
durch. Starte frühzeitig mit einer
Internetpräsenz, damit poten-
zielle Kunden Dich finden.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Langsam, aber nachhaltig expandieren«

Florian Massinger und Jürgen Marx

probicon GmbH

81

Mitte der 90er Jahre in Berlin: Mehr als einmal sitzen die an der TU Berlin ausgebildeten Wirtschaftsingenieure Jürgen Marx und Florian Massinger bei einem Bier zusammen und fabulieren über ihre berufliche Zukunft. »Ich arbeitete nach dem Diplom 1994 vier Jahre bei der BMW-Verkehrsforschung in Berlin«, erzählt Massinger, der gebürtig aus München kommt. 1988 war er von der Isar an die Spree zum Studieren gezogen. Im Rückblick eine spannende Arbeit, die aber leider allzu oft visionär blieb. Jürgen Marx verdingt sich in den ersten Berufsjahren als Unternehmensberater – zufrieden ist er zwar, aber sein eigener Herr ist er nicht. Irgendwann dann, eines abends, bleibt etwas hängen, eine »knackige Idee« für die Selbstständigkeit.

PLÄNE UND GELD SATT Ab Mitte der 90er Jahre hielt das Internet Einzug in den Büroalltag. Parallel dazu zog es alle Welt ins Netz: Firmen und Privatpersonen begannen, sich mit bunten Bildern und mehr oder minder einfallreichen Texten zu präsentieren. »Uns schwebte die Entwicklung einer Software vor, mit der sich Texte einfach, schnell und kostengünstig in verschiedene Sprachen übersetzen lassen«, erklärt Massinger. Kunden aus den Bereichen

Tourismus und E-Commerce etwa sollten damit ihre Web-Angebote automatisiert in Dutzenden von Sprachen anbieten können, um ohne zusätzlichen Zeit- und Personalaufwand möglichst viele Interessenten zu erreichen. Der Name der Mitte 1999 gegründeten Firma lag also nahe: *Textmodule GmbH*. Mit dieser Idee bringen es Marx und Massinger zum Landesieger des Gründerwettbewerbs »Start up« in Brandenburg. Kurz darauf kommt eine Venture Capital-Finanzierung in Höhe von 3,5 Mio. DM zustande.

TRÄUME – UND EIN ABSTURZ Die Weichen scheinen bestens gestellt für die beiden Wirtschaftsingenieure. Die Pläne sind euphorisch, das Wachstum explosionsartig, aber machten es damals nicht fast alle so? »Innerhalb von vier Monaten stellten wir zehn feste und 23 zeitlich befristete Mitarbeiter ein. Irrsinn, im Nachhinein, aber später ist man halt immer klüger«, seufzt Massinger. Kaum hat die Firma ihre neuen Büroräume in Potsdam-Babelsberg bezogen und im Frühjahr 2001 die erste Version ihrer Software fertiggestellt, klappt der Neue Markt in sich zusammen. Die im Businessplan avisierten Umsatz- und Gewinnziele sind schlagartig Makulatur. Mit den Investoren

kommt es zu Unstimmigkeiten über die weitere Strategie, schwere und schmerzhaft Monate für Gründer und Mitarbeiter folgen. Das Aus ist unvermeidlich: Am 1. 12. 2001 wird das Insolvenzverfahren über die *Textmodule GmbH* eröffnet.

Aber Marx und Massinger, beide Jahrgang 1967, geben nicht auf. Sie modifizieren ihr Geschäftsmodell, indem sie sich auf Geschäftskunden und auf die Vermittlung von Fachübersetzern aus Fleisch und Blut konzentrieren. Im Sinne einer Agentur übernehmen sie fortan die gesamte Abwicklung der Übersetzungsdienstleistung. Zudem reaktiviert Marx seine Erfahrungen als Berater und bietet flankierend klassische Prozess- und Organisationsberatung an. Die Neugründung bekommt den Namen *probicon GmbH*. Heute arbeiten hier sieben feste Mitarbeiter und zahlreiche freiberufliche Fachübersetzer; 150 Unternehmen unterschiedlichster Größe und Provenienz nehmen regelmäßig die Dienste in Anspruch. »Wir sind gut im Geschäft«, sagt Massinger. Diesmal hat das Gründen geklappt.

Und welche Lehren lassen sich aus dem Crash ziehen? »Wir wachsen heute rein organisch, sprich: »Wir investieren nur das Geld, welches wir vorher verdient haben«, sagt Massinger.

Potenzielle Investoren würde er heute sehr akribisch unter die Lupe nehmen. Schließlich will der Kapazitäts- und Personalaufbau wirklich wohlüberlegt sein, denn Entlassungen sind alles andere als erfreulich, und sie sind tödlich für das Firmenklima. »Unser Rat: Sich keinen Floh ins Ohr setzen lassen. Langsam expandieren, dafür aber nachhaltig.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Wirtschaftsingenieurswesen –
Dipl.-Wirtsch.-Ing.
(Florian Massinger: 1995)
(Jürgen Marx: 1994)

JAHR DER GRÜNDUNG

2001

MITARBEITER

6–20

UNTERNEHMEN

probicon GmbH
www.probicon.de



ZUM TEAM

Jürgen Marx,
Florian Massinger

MOTTO

»Manch einer verdankt seinen Erfolg den Ratschlägen, die er nicht befolgte.«
(Bertrand Russell)

UNSER RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE

Sich keinen Floh ins Ohr setzen lassen. Langsam expandieren, dafür aber nachhaltig.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Die richtigen Partner finden« 85

Dr. Sven Gembrys, Dr. Marc Bockshecker, Dr. Christian Steffens quo connect GmbH

Frisch promoviert und 31 Jahre alt war Sven Gembrys, als er im Jahr 1998 die Unternehmensberatung *quo connect* gründet. »Wir wollten die herausfordernden Aufgabenstellungen internationaler Konzerne mit den Freiheitsgraden eines kleinen Unternehmens verbinden«, blickt Gembrys zurück.

GUTE ARBEIT SCHAFFT VERTRAUEN Die ersten Beratungsaufträge konnte das junge Unternehmen nur mit Unterstützung von Professor Joachim Herrmann gewinnen, dem Leiter des Fachgebiets Qualitätswissenschaft an der TU Berlin. Damals stellten die Zielkunden die Frage: Warum sollten wir ein kleines Unternehmen wie Ihres engagieren? »Unsere ersten Projekte fielen eher klein aus«, erinnert sich der Geschäftsführer, »denn ein frisch promovierter Ingenieur wird nicht gleich Berater eines Konzernvorstands.« Der Schlüssel zum Erfolg war dann ein einfaches, aber wirkungsvolles Motto: Wer gute Arbeit leistet, der bekommt neue Arbeit. »Erst wenn sich Projekterfolge herumsprechen, kommen die interessanten Projekte.« Mit den Jahren macht sich *quo connect* einen Namen und die Projektarbeit mit den Kunden entwickelt sich zur partner-schaftlichen Kundenbeziehung.

Heute ist *quo connect* ein Team von 20 Beratern, das Schienenverkehrsunternehmen, Automobilhersteller und Energieversorger bei der Strategieumsetzung in operativen Bereichen unterstützt. »Gemeinsam mit Führungskräften aus Entwicklung, Produktion und Aftersales Service erarbeiten wir Kosten- und Qualitätsvorteile entlang der Wertschöpfungskette.« Beispiel: Ein Autohersteller musste die Qualität der Reparaturen in seinem Werkstattnetz verbessern, um international die Marktanteile zu halten. »Mit Analysen, Empfehlungen und konsequentem Projektmanagement ist es uns gemeinsam gelungen, Garantiekosten zu senken und die Kundenzufriedenheit in den Zielmärkten zu verbessern«, berichtet Gembrys.

BESSER ENTSCHEIDEN IM TEAM 2004 macht die *quo connect management consulting GmbH* einen Entwicklungssprung: mit Marc Bockshecker und Christian Steffens steigen ein promovierter Maschinenbau-Ingenieur und ein ebenfalls promovierter Betriebswirt als zwei gleichberechtigte Partner in die Geschäftsführung ein. »Ich hätte mir diesen Schritt auch schon früher vorstellen können, denn eine Unternehmensberatung wächst mit ihren Partnern«, sagt Gembrys. »Doch echte Partner fallen nicht

vom Himmel«, räumt er ein. »Man erkennt sie erst, wenn es mal schwierig wird, und es gehört immer etwas Glück dazu, die richtigen Partner zu finden.«
Jedoch, man kann dem Glück auch etwas auf die Sprünge helfen, so Gembrys. Er rät angehenden Gründern, sich möglichst frühzeitig mit Menschen zusammen zu tun, mit denen sie gerne und vertrauensvoll zusammenarbeiten: »Die maßgeblichen Entscheidungen treffen wir nur noch im Team. Das ist nicht immer einfacher, führt aber zum besseren Ergebnis. Und darauf kommt es am Ende an.«

**STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)**
Wirtschaftsingenieurwesen –
Dipl.-Wirt.-Ing. (1998)

JAH R DER GRÜNDUNG
1998

MITARBEITER
21–50

UNTERNEHMEN
quo connect management
consulting GmbH
www.quoconnect.de



ZUR PERSON
Dr. Sven Gembrys

MOTTO
»Nur gute Arbeit
bringt neue Arbeit.«

**MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE**
Starten, solange die persönlichen
Risiken der Gründung noch
überschaubar sind.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»We do IT better!« Michael Schröter Pentacom GmbH

89

1993, ein Kellerraum in Berlin-Zehlendorf. Michael Schröter und zwei Kommilitonen sitzen vor Computern, schrauben, installieren, reparieren. In der Ecke stehen Pappkartons mit Hardware, an einer Wand ein Rechner, der leise vor sich hin summt. Die Firma *Pentacom* ist geboren. Als die drei TU Berlin-Studenten drei Jahre später ihr Studium beenden, fehlte nur noch die Diplomarbeit oder besser gesagt: Die dafür notwendige Zeit. »Es hat einfach nicht mehr funktioniert, gleichzeitig zu studieren und voll zu arbeiten«, erinnert sich Schröter.

LEARNING BY JOB Den Schritt in die Selbstständigkeit auch ohne Diplom-Informatikertitel hat der 37-Jährige nicht bereut. »Wir haben an der Universität viele technologische Hintergründe, zum Beispiel in der Systemanalyse, erfahren. Aber das, was wir heute machen, haben wir vor allem im Job gelernt.« Schröter ist mittlerweile alleiniger Geschäftsführer des Computerhandels- und Systemhauses *Pentacom* – seine beiden Mitgründer sind im Laufe der Jahre ausgestiegen. Geld verdient die Firma vor allem mit der Netzwerk-Betreuung kleinerer Unternehmen zwischen fünf und 50 Mitarbeitern. Rechtsanwaltskanzleien, Steu-

erberater und Architekturbüros gehören ebenso zu seinen Kunden wie Filmproduktionsfirmen.

Die Kunden der sieben Mitarbeiter starken *Pentacom GmbH*, in der Systemelektroniker und -integratoren beschäftigt sind, sitzen vor allem in Berlin und Potsdam. *Pentacom* selbst ist schon lange den Kellerräumen entwachsen und hat eine Büroetage in Zehlendorf gemietet. »Wir sind viel unterwegs und wollen zumindest hier in der Firma die Parkplätze vor der Tür haben«, berichtet Schröter mit einem verschmitzten Lächeln.

Aber auch die Ruhe in dem Berliner Randstadteil hat es dem Gründer angetan. Wie wichtig ihm die Arbeitsatmosphäre ist, sieht man in seinem Büro: Sein Schreibtisch hat wie die Tische aller Beschäftigten die Form eines Fünfecks – »wir haben unser Firmenlogo aufgegriffen.« Durch die Mitte des Tisches wächst durch eine Aussparung eine ausladende, zimmerhohe Palme. »Wenn man so viel bei der Arbeit ist, soll man sich wenigstens richtig wohl fühlen«, sagt Michael Schröter und blickt aus dem Fenster in den grünen Garten.

KEIN RÄDCHEN IM GETRIEBE Zu Beginn arbeiteten Schröter und seine Kollegen 80, 90 Stunden in der Woche, heute sind es noch 50. »Wenn man in unserem Bereich gründet, muss man für die Kunden da sein und sich voll und ganz der Sache verschreiben«, erklärt der gebürtige Berliner. Diese Servicementalität hat auf ganz andere Art und Weise auch für den Gründungsimpuls gesorgt: »Weil wir uns schon in der Frühphase der PCs mit den Geräten auskannten, wurden wir ständig von Freunden und Bekannten gefragt, ob wir nicht wüssten, wo man am besten einen Rechner kaufen könnte oder wo man ein Programm installieren lassen könnte«, sagt Schröter. Nach der Firmengründung kommen neben den Privatkunden im Laufe der Jahre immer mehr Geschäftskunden hinzu. Das Firmenprofil, zu dem heute auch eine enge Partnerschaft mit IBM gehört, bildet sich heraus. Selbst zu gründen ist nicht Schröters erste Idee, als er das Studium beginnt. »Ich hatte aber auch keine Lust in einem Konzern wie Telekom oder Siemens ein Rädchen im Getriebe zu werden.« Mittlerweile kann er sich ein anderes Berufsleben kaum noch vorstellen, auch wenn nicht jede Geschäftsidee der letzten Jahre Erfolg brachte. 1996 stellten die drei Ge-

sellschafter die erste Preisvergleichs-Plattform namens *www.pix.de – Der Preisindex* ins Internet, die viel Beachtung fand. Auf der Website konnten Kunden die Hardware-Preise lokaler Händler vergleichen – Online-Shops gab es damals so gut wie noch nicht. »Leider waren wir etwas zu eigenbrötlerisch, wollten die Idee nicht teilen und uns Venture Capital besorgen«, erzählt Schröter. Später kamen Internetseiten wie *guentiger.de* oder *preissuchmaschine.de* auf den Markt, die über wesentlich mehr Marketingkapital verfügten. Die Pix-Plattform ging daher 1998 wieder vom Netz. »Wir haben aus unseren Fehlern gelernt«, erklärt Schröter dazu. »Wenn man größere Schritte machen möchte, sollte man offen für Kooperationen und Geldgeber sein.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Informatik

JAHRE DER GRÜNDUNG
1993

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
Pentacom GmbH
www.pentacom.org



ZUR PERSON
Michael Schröter

MOTTO
»Erledige Aufgaben lieber einmal richtig als dreimal halb.«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Selbstständig sein bedeutet nicht, alles selber zu machen!



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Erfolg kommt nicht von alleine ...« Rüdiger Oetjen-Dehne u.e.c. Berlin GmbH

93

»Es hilft gewaltig, wenn man in einem vollkommen neuen Markt einer der ersten ist und auf diese Weise schnell an Referenzen kommt«, sagt Rüdiger Oetjen-Dehne. Der 50-Jährige schaut auf die Illustration seiner ersten Bioabfallkompostierungsanlage in Baden-Württemberg, die er in einer Klarsichtfolie an seiner Bürowand aufgehängt hat. »Wir haben damals einfach das Projekt durchgezogen und damit unseren ersten zufriedenen Kunden gewonnen«, erinnert sich der Umwelttechnik-Ingenieur, der 1984 seinen Abschluss an der TU Berlin machte. Mit seiner Firma, der *Umwelt- und Energie-Consult (u.e.c.) Berlin GmbH*, die er 1988 gründete, plant er seither Kompostierungs-, Vergärungs-, Wertstoffsortier- und Restabfallbehandlungsanlagen sowie Anlagen zur Ersatzbrennstoffherstellung.

WIE DIE JUNGFRAU ZUM KINDE Zum ersten großen Job kam *u.e.c.* fast wie die Jungfrau zum Kinde. Oetjen-Dehne war Mitte der 80er Jahre wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet Abfallwirtschaft der TU Berlin und stand kurz vor der Promotion. Neben dem Studium, das er 1979 begonnen hatte, hatte er an mehreren Projekten mitgearbeitet und Gutachten geschrieben, als plötzlich die Angebotsanfrage

eines ehemaligen Studienkollegen kam, die Anlage in Baden-Württemberg zu planen. »Mein Professor fand das gar nicht gut, weil er die Dissertation gerne abgeschlossen hätte«, erzählt Oetjen-Dehne. »Aber beides ging rein zeitlich nicht.«

Ungewöhnlich war damals auch die Art der Firma. Der Umwelttechniker hob sie gemeinsam mit zwei Architekten und einem Stadtplaner aus der Taufe. »Eine solche Zusammenstellung kannte man noch nicht. Vor 20 Jahren ergab sie aber absolut Sinn«, berichtet er aus der Frühphase des Unternehmens. Gemeinsam konnten die vier Absolventen der TU Berlin bauliche und anlagentechnische Lösungen für Umweltprobleme aus einer Hand anbieten. »Auslöser war damals die so genannte ›Berliner Mischung‹ – in vielen Stadtteilen lebten die Menschen im Vorderhaus und arbeiteten im Hinterhaus, was zum Beispiel bei Lackierereien für viele Schadstoffe nah am Wohnbereich sorgte.« Die Gründer entwickelten Konzepte, wie man durch umwelttechnische und bauliche Maßnahmen die Situation verbessern konnte.

DIE HÄRTE DER SELBSTSTÄNDIGKEIT Schon bald arbeitete *u.e.c.* dann an größeren Anlagen für die öffentliche Hand und für private Investoren. Das Geschäft war und ist allerdings stark von gesetzlichen Rahmenbedingungen abhängig, so dass es immer wieder zu starken Schwankungen im Auftragsbestand kam. In der Hochphase im Jahr 1995 arbeiteten 14 Beschäftigte bei *u.e.c.*, heute sind es wieder nur sechs Personen. »Das ist das Härteste an der Selbstständigkeit«, berichtet Oetjen-Dehne, der sich schon früh für den Umweltschutz engagierte: »Wenn wir gute Leute entlassen mussten, weil es zum Beispiel wegen kurzfristiger Investitionsstopps keine Anschlussprojekte gab, wäre ich manchmal lieber nicht der Chef gewesen«, sagt der Gründer. Das Büro lebte aber weiter, vor allem, weil sich Oetjen-Dehne frühzeitig als Berater für kommunale und staatliche Institutionen ein zweites Standbein geschaffen hatte. Auch im Ausland entwickelt er Abfallwirtschaftskonzepte, berät bei der Standortsuche oder bei Ausschreibungen und unterstützt bei der technischen und kaufmännischen Projektentwicklung und Prozessoptimierung. Die Erschließung neuer Aufgabenfelder ist steter Teil der Selbstständigkeit.

Seit 2006 ist Oetjen-Dehne alleiniger Besitzer der Firma. Er kaufte die Anteile der anderen Mitgründer, weil die Kunden hochwertige integrierte Planungsleistungen kaum noch nachfragten. »Heutzutage werden Abfallentsorgungsanlagen nicht mehr unbedingt architektonisch anspruchsvoll gebaut«, sagt er. Die Trennung von den Gründerkollegen heißt aber nicht, dass der Kontakt nicht wieder aufgenommen werden kann, sagt Oetjen-Dehne. »Wenn wir größere Anfragen haben, finden wir auch heute noch zusammen.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Technischer Umweltschutz –
Dipl.-Ing. Technischer Umweltschutz (1984)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1988

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
u.e.c. Berlin GmbH
www.uec-berlin.de



ZUR PERSON
Rüdiger Oetjen-Dehne

MOTTO
»Erfolg kommt nicht von alleine – aber ohne Glück nützt auch die beste Idee und härteste Arbeit nichts.«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Frühzeitig Praxiserfahrungen sammeln und: Nur nicht entmutigen lassen, wenn es mal schlechter läuft.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Vertraue Dir selbst« Beate Harembski-Henning -Nie gesehene Gärten-

97

Was Beate Harembski-Henning täglich tut, klingt für viele Menschen wie ein Traum: Sie hält sich in wunderschönen Gärten auf, hat emotionale, herzliche Begegnungen mit interessierten Menschen – und verdient auch noch Geld damit. Die 51-jährige ist Gründerin des Unternehmens *-Nie gesehene Gärten-*, für das sie Kunden in Kleingruppen aus ganz Deutschland durch rund 30 private Gärten in Berlin und dem Berliner Umland führt; außerdem bringt sie Besuchern ihren eigenen prächtig angelegten 3.000 Quadratmeter-Garten im Berliner Vorort Zühlsdorf näher, leitet Kurse zur Gartengestaltung und berät Gartenbesitzer.

EINE GANZ NEUE RICHTUNG »Es macht unglaublich viel Spaß, wenn Menschen aus Freiburg, München oder Hamburg mit weit aufgerissenen Augen in einem Großstadtgarten stehen«, erzählt die 1957 im Prenzlauer Berg geborene Berlinerin. Mit ihren Tagesveranstaltungen stillt sie anscheinend ein Bedürfnis vieler Kunden, die sich von schönen Orten angezogen fühlen. Ihre 2005 gegründete Firma hat sich schnell gut entwickelt, schon nach zwei Jahren schrieb sie eine schwarze Null.

Dabei hätte Beate Harembski-Henning noch vor zehn Jahren niemals an eine solche Selbst-

ständigkeit gedacht. Ihre Karriere sollte in eine ganz andere Richtung gehen. Die bedächtige, ausgeglichene Unternehmerin, der man die Leidenschaft für die Natur sofort anmerkt, wuchs in Ost-Berlin auf, arbeitete nach dem Abitur als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Humboldt-Universität und begann dort ein Soziologie-Studium.

Mit großen Erwartungen gestartet, fiel sie hart auf den Boden der Tatsachen. »Die Themen haben mich zwar interessiert, aber ich wollte mich in dem System der DDR nicht verbiegen lassen. Ich wollte frei denken und handeln – das war aber an der Uni dort nicht möglich.« Sie steigt aus, macht eine Lehre zur Zierpflanzengärtnerin. In dem Beruf ist sie zufrieden, aber etwas fehlt. Der Fall der Mauer bringt auch für sie die Wende: »Ich hatte die Chance, so zu studieren, wie ich es mir immer gewünscht hatte.«

EIN MIX AUS GÄRTNERN UND PÄDAGOGIK

Beate Harembski-Henning schrieb sich 1993 an der TU Berlin für Erziehungswissenschaften ein. »Als reife Frau im Studium hatte ich ziemlich klare Vorstellungen, was ich wollte.« Sie belegte Fächer, die ihren Interessen nahe lagen, machte Praktika und hatte eine genaue

Idee, was nach dem Studium passieren sollte. »Ich habe mir ein großes Netzwerk aufgebaut, um im Bereich der Gedenkstätten an der Aufarbeitung der DDR-Diktatur mitzuarbeiten.« Nach dem Abschluss erfuhr sie zu ihrer eigenen Überraschung, wie sie sagt, dass es keinen Job für sie gab. »2003 waren alle Positionen in dem Feld besetzt. In den Jahren seit der Wende haben einfach viele junge Leute vor allem aus dem Westen uns systemkritische Ostbürger überholt«, erklärt sie, ohne sich beschweren zu wollen. »Es fehlte einfach eine ganze Generation aus dem Osten, die nach der Wiedervereinigung diese Stellen hätte übernehmen können.« Mit dem plötzlich unerreichbaren Berufswunsch begann für Beate Harembski-Henning eine Phase der Arbeitslosigkeit, bis sie im Winter 2005 »wie ein Blitzschlag« eine Idee hatte – die *Nie gesehenen Gärten*. »Ich habe an die versteckten Orte gedacht, und an die schönen, oft stillen Räume, die von Menschen geschaffen werden, die aber nur wenige zu Gesicht bekommen.« Mit ihrer kleinen Firma kombinierte sie zudem ihre Fähigkeiten der Pädagogik und des Gärtnerns, ohne das von Anfang »als Masterplan« durchdacht zu haben, berichtet sie. »Vor

allem hatte ich natürlich erst einmal keine Ahnung, was alles zu einer Gründung dazu gehört.« Beate Harembski-Henning besuchte Gründerseminare und informierte sich, nach wenigen Monaten war sie so weit. Ohne finanzielle Förderung von außen startete sie, das Geld für die ersten Monate brachte sie selbst auf. Und ihr Mann, »ein Marketing-Fachmann, der meine Idee sofort als tragfähig erkannte«, unterstützte sie in jeder Hinsicht, was ihr zu Beginn allerdings leichte Bauchschmerzen verursachte, berichtet die Gründerin. »Ich wollte zwar eigentlich wie vor meiner Ehe wirtschaftlich unabhängig sein. Aber für die Idee bin ich über meinen Schatten gesprungen – und es hat sich gelohnt.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)

Erziehungswissenschaften –
Dipl.-Päd. (2003)

JAHRE DER GRÜNDUNG
2005

MITARBEITER
bis zu 5

UNTERNEHMEN
-Nie Gesehene Gärten-
www.nie-gesehene-gaerten.de



ZUR PERSON
Beate Harembski-Henning

MOTTO
»Vertraue Dir selbst.«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Sich auf den Weg begeben:
Viele Fragen stellen, »Bauchgefühl« ernst nehmen,
Zufälle nutzen, wenige gute
Gesprächspartner suchen.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Wenn nicht jetzt, wann dann?« 101

Kai Lorenz

VIA Beratende Ingenieure

Eine Pizzeria in Berlin, Anfang der 90er Jahre. Kai Lorenz sitzt mit einem Kollegen und einem befreundeten Bauunternehmer zusammen bei Pizza und Bier. Mehrere Abende diskutieren die drei, überlegen, wie sie gemeinsame Projekte stemmen können. Denn es gibt viel zu tun seit der Wiedervereinigung der Stadt. »In vielen Vierteln fuhren die Autos noch auf Sandstraßen«, erzählt der deutlich jünger wirkende 47-Jährige, »außerdem fehlte oft der Anschluss an die Kanalisation.« Der Bauunternehmer will diese Aufträge übernehmen, benötigt aber einen Planer. »Wir hatten davon keine Ahnung, aber er hat uns mehr oder weniger beigebracht, wie wir Schmutzwasserkanäle planen müssen«, erinnert sich Lorenz. Die Unterhaltungen beim Italiener legen den Grundstein für die Firma *VIA Beratende Ingenieure*, die heute in Berlin-Wilmersdorf Verkehrsprojekte vor allem in Berlin, aber auch in ganz Deutschland und darüber hinaus plant.

MIT KLEINEN PROJEKTEN IN DEN MARKT KOMMEN Die Selbstständigkeit reizte Lorenz schon während seines Studiums an der TU Berlin mit der Fachrichtung Planung und Betrieb im Verkehrswesen. »Aber es war und ist nicht einfach, als Absolvent eigene Projekte über-

nehmen zu können.« Der Markt war nach der Wende zudem von vielen Firmen aus Westdeutschland besetzt, was aber auch etwas Gutes hatte. »Die großen Unternehmen beschäftigten sich damals mit Prestigeobjekten – die kleinen Projekte interessierten die gar nicht so sehr.« Mit den Kanalplanungen schafft er eine finanzielle Grundlage für die junge Firma. Der Traum des entspannt wirkenden Unternehmers aber ist die Planung von komplexen Verkehrssystemen. »Ich habe mich immer schon dafür interessiert, wie man in scheinbar chaotische Systeme wie Flughäfen, Häfen oder Autobahnen Ordnung bringt«, sagt Lorenz, der auf ein altsprachliches Gymnasium ging, sich aber schon immer gerne mit Technik auseinandersetzte. Als sich *VIA* in diesem Bereich auf die ersten Ausschreibungen bewarb, kam die Ernüchterung. »Uns fehlten einfach die Referenzen.«

DER ZUFALL VERHILFT ZUM ERSTEN GROSS-AUFTRAG 1995 hilft wieder der Zufall – und die Persönlichkeit des Unternehmers. Bei einem Erschließungsprojekt in Bernau laufen die Arbeiten aus dem Ruder. Lorenz fährt los, spricht mit den Arbeitern und schließlich mit dem Bauleiter der Nachbarbaustelle. »In einem Bau-

wagen saß ein Mann mit Zigarre, dem ich relativ energisch klar gemacht habe, dass er gefälligst nach unseren Plänen seine Leitungen anschließen soll.«

Zwei Wochen später ruft dieser Mann bei Lorenz an und fragt ihn, ob er Interesse an einem Verkehrsprojekt hätte. Er hatte auf der Visitenkarte des Gründers etwas von »Verkehrsplanung« gelesen. So jemanden brauche er. Lorenz trifft sich mit dem Mann und bekommt den Auftrag, für einen 2,6 Kilometer langen Autobahntunnel im Berliner Ortsteil Britz die komplette Verkehrstechnik zu planen, inklusive der Sperranlagen für Notfälle. »Das war unser Meisterstück«, sagt Lorenz.

Mittlerweile planen er, sein Geschäftspartner und neun Mitarbeiter – darunter fünf Ingenieure, die ihren Abschluss an der TU Berlin machten –, von einer verwinkelten Altbauwohnung aus Verkehrsleitsysteme und Sicherheitskonzepte für Tunnel, fertigen Machbarkeitsstudien an, beraten bei städtebaulichen Wettbewerben sowie Architekturwettbewerben und arbeiten an Berliner Projekten wie dem Tiergartentunnel oder Verkehrsbeeinflussungsanlagen rund um München und Nürnberg.

PERSONALPOLITIK BEIM MITTAGESSEN Bei seiner Arbeit hilft Kai Lorenz, dass er vor der Selbstständigkeit drei Jahre in einem anderen Büro gearbeitet hat. »Man muss ja nicht jeden Fehler selbst machen«, sagt er schmunzelnd. Dazu gehört auch das Wissen, wie man ein Team führt. Bei VIA sieht das recht entspannt aus, betrachtet man auch die geringe Fluktuation in der Firma. Ein Grund dafür sind die Mittagessen, für die gemeinsam gekocht wird. »Wenn es mal Konflikte gibt, schafft es keiner, die bis über das Essen hinaus zu tragen«, sagt Lorenz. »Spätestens beim Nachtschicht spricht man darüber und die Probleme werden gelöst.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Verkehrstechnik –
Dipl.-Ing. Verkehrstechnik (1988)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1992

MITARBEITER
6–20

UNTERNEHMEN
VIA Beratende Ingenieure
Axel Hager, Kai Lorenz GbR
www.viaberlin.de



ZUR PERSON
Kai Lorenz

MOTTO
»Wenn nicht jetzt,
wann dann?«

MEIN RAT AN
GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Eigenen Kopf benutzen.
Eigenes Urteilsvermögen.
Gesundes Misstrauen.
Dann anpacken.



Foto: TU Pressestelle / Dahl

»Don't dream it – do it« Hennes Leuchter SOFHA GmbH

105

Welten liegen zwischen dem, was Heinz-Walter Leuchter vor knapp 30 Jahren lernte und was er heute tut. »In unserer Branche hat sich so viel verändert, dass man mit seinem Studienwissen kaum noch etwas anfangen könnte«, sagt der gebürtige 57-jährige Duisburger. Der Absolvent der TU Berlin entwickelt mit seiner Firma, der *SOFHA GmbH*, seit 1981 Soft- und Hardware im High Tech-Bereich – jeder, der schon einmal an einem Farbdrucker- oder -kopierer gearbeitet hat, profitiert von Leuchters Know-how, wenn es um farbgenaue Drucke in Hochgeschwindigkeit geht.

OFFEN FÜR KREATIVES Begonnen hat Leuchter, den sowohl seine Familie als auch seine amerikanischen und japanischen Kunden nur Hennes nennen, mit einem Studium der Elektrischen Nachrichtentechnik an der FH Düsseldorf. Nach ersten frustrierenden Erfahrungen in der Stahlindustrie entschließt er sich, aufzusatteln. Er geht nach Berlin an die TU, um dort Elektronik mit dem Schwerpunkt Informatik zu studieren und seine Chancen auf eine kreativere Arbeit zu vergrößern. Während des Studiums arbeitet er am damaligen Institut für Datenverarbeitungsgrundausbildung im Fachbereich Informatik als Tu-

tor für jüngere Studenten und begeistert sich für neue Technologien.

Bei einer Präsentation sieht er, wie die damalige H. Berthold AG, immerhin das zweit größte Berliner Industrieunternehmen, einen Buchstaben digital druckt und dabei um einige Grad dreht. »Damals war das etwas ganz Neues und man nutzte dafür zwei Großrechner, die eine Viertelstunde arbeiteten.« Leuchter, der bereits mit fünf anderen Tutoren *SOFHA* gegründet hatte, weiß: »Das können wir besser.«

Sein Unternehmen *SOFHA*, das eigentlich an Software zur Messung von Hirnströmen arbeitete, entwickelt eine Technologie, mit der sich Schrift in Sekunden aufs Papier bringen lässt. Die Firmengründer sind begeistert, stellen ihr Produkt der H. Berthold AG vor – und werden abgelehnt. »Die hatten eine andere Idee, die sie verfolgten und wollten keine Konkurrenztechnologie.«

Die junge Firma lässt sich nicht entmutigen und legt auf eigene Faust los. Mit 750.000 DM aus dem Förderprogramm für Technologieorientierte Unternehmensgründungen des Bundesministeriums, einigen Krediten und Bürgschaften entwickelt *SOFHA* ein eigenes Verfahren, um die Bilddaten an digitale Fotosatzgeräte und Drucker zu übertragen.

ERFOLGREICH, ABER ZU ABHÄNGIG »Ironischerweise war die H. Berthold AG dann unser erster großer Kunde«, erinnert sich Leuchter, der damit zugleich seinen größten Fehler verbindet. »Die ersten Jahre liefen blendend, aber wir hatten uns sehr abhängig von dem Unternehmen gemacht. Als die H. Berthold AG 1992 pleite ging, kamen wir in große Schwierigkeiten.« Man sollte nie mehr als 20 Prozent des Umsatzes mit einem Kunden machen, ist Leuchter heute überzeugt.

Im Laufe der folgenden Jahre verändert sich sein Unternehmen immens. Von einer 100-prozentigen Wertschöpfungstiefe wandelt sich *SOFHA* zu einem Entwicklungsdienstleister von Komplettprodukten für andere Unternehmen. Im immer noch wachsenden Druckbereich von digitalen Hochleistungsdruckern kooperiert *SOFHA* mit Firmen wie Konica, Minolta, Ricoh, Olympus und Riso. Durch neuartige Druckverfahren soll die *SOFHA* Technologie in Zukunft auch im industriellen Druck neue Wachstumsmärkte bedienen.

Wichtig ist vor allem die enge Partnerschaft mit dem Unternehmen Adobe, das mit seiner Postscript- und PDF-Technologie den Druckermarkt entscheidend mitgeprägt hat. *SOFHA* arbeitet mit Adobe-Lizenzen und nutzt die

Kerntechnologie-Module des amerikanischen Unternehmens, um mit speziell entwickelter *SOFHA*-Technologie marktreife Produkte für ihre Großkunden zu entwickeln.

Leuchters Unternehmen hat seinen Sitz immer noch im ältesten Gründungszentrum Deutschlands, in der Gustav-Meyer-Allee in Berlin-Mitte. Das Unternehmen hätte schon mehrfach umziehen können, aber irgendwie will es nicht so recht. »Viele meiner 30 festen Mitarbeiter sind schon seit zehn bis 20 Jahren bei uns; die leben hier im Viertel. Da kann man ja nicht einfach den Firmensitz ändern.« Für ihn selbst, der zum Ausgleich gerne taucht und Ski läuft, wäre ein Umzug fast egal. »Ich bin zehn Wochen pro Jahr in Asien oder den USA, wo fast 100 Prozent unserer Kunden sitzen.« Reise-freude und Spaß an fremden Kulturen sind für Leuchter – und für viele seiner Mitarbeiter – daher auch ein unbedingtes Muss. »Man darf dabei aber auf gar keinen Fall die Freude am Genießen verlieren.«

STUDIENGANG
(ABSCHLUSS)
Elektrotechnik –
Dipl.-Ing. Elektrotechnik (1983)

JAHRE DER GRÜNDUNG
1981

MITARBEITER
21–50

UNTERNEHMEN
SOFHA GmbH
www.sofha.com



ZUR PERSON
Heinz-Walter Leuchter

MOTTO
»Der Konkurrenz immer einen Schritt voraus sein und die besten und leistungsfähigsten Produkte anbieten.«

MEIN RAT AN GRÜNDUNGSINTERESSIERTE
Der größte Kunde sollte nicht mehr als 20 Prozent des Umsatzes ausmachen.

Wissenschaft trifft Wirtschaft



ERFOLGREICHES NAVIGIEREN IM MEER DES WISSENS
BERLIN SCIENCES präsentiert die Berliner Wissenschaftslandschaft.

Wissen Sie, was Forscher unter Mikrowellen-Plasmaerzeugung verstehen? Dass am Ferdinand-Braun-Institut für Höchstfrequenztechnik maßgeschneiderte Diodenlaser entwickelt werden? Die wissenschaftliche Exzellenz in der Hauptstadt ist so vielfältig, dass es beinahe unmöglich ist, den Überblick über alle wissenschaftlichen Einrichtungen und deren Forschungsschwerpunkte zu behalten. Hier setzt seit knapp einem Jahr der BERLIN SCIENCES Navigator der Berlin Partner GmbH und seiner wissenschaftlichen Partner an.

An vierzehn staatlichen und sechzehn privaten Hochschulen Berlins sowie mehr als 70 außeruniversitären Forschungsstätten lehren, forschen, arbeiten und studieren rund 200.000 Menschen aus aller Welt. Diese Dichte und Vielfalt an wissenschaftlichen Einrichtungen in Berlin spiegelt die interaktive Suchmaschine BERLIN SCIENCES Navigator auf dem Internetportal www.berlin-sciences.com wider, die fortlaufend aktualisiert wird, indem sich die entsprechenden Institutionen kostenlos in der Datenbank des Navigators eintragen.

Bisher hatten die wissenschaftlichen Einrichtungen in Berlin keine gemeinsame Plattform, um sich nach außen international zu präsentieren. „Das haben wir im Rahmen unserer Marke BERLIN SCIENCES mit dem Navigator erfolgreich geändert“, sagt René Gurka, Geschäftsführer der Berlin Partner GmbH. Ergänzungen können von den Instituten und Fakultäten selbst leicht eingefügt werden und sind ausdrücklich erwünscht.

Die interaktive Suchmaschine bietet Unternehmen, Investoren, Wissenschaftlern, Studierenden, Abiturienten sowie der interessierten Öffentlichkeit mit 600 Einrichtungen mit jeweils bis zu 140 Einzelinformationen erstmals einen vollständigen Überblick.

Im Rahmen des Wissenschaftsportals www.berlin-sciences.com steht der Navigator der Politik, der Wirtschaft sowie der Wissenschaft als kostenloser Service – auch in englischer Sprache – zur Verfügung.

www.berlin-sciences.com

Berlin Partner GmbH
Ludwig Erhard Haus
Fasanenstraße 85
10623 Berlin
Tel.: +49 (0)30 39980-134
Fax: +49 (0)30 39980-239
info@berlin-partner.de
www.berlin-partner.de
www.businesslocationcenter.de

GSG i TURBO

Highspeed-Gewerberäume in ganz Berlin.

Hofanbindung mit
bis zu

100
Mbit/s*
symmetrisch

Beschleunigen Sie Ihr Geschäft – mit Berlins führendem Anbieter für Gewerbeflächen. Wir verwalten nicht nur über 850.000 m² in der Hauptstadt, sondern sind auch ein innovativer Anbieter, der in ein berlinweites Glasfasernetz investiert. Für unsere Kunden heißt das: Attraktive Gewerbeflächen und mit Highspeed 100x schneller ins Internet senden als mit ADSL-Leitungen.*

www.orco-gsg.de · (030) 3 90 93-114

*Kunden stehen drei Internetzugangsvarianten zur Verfügung: 1. GSG Shared Internet (Bandbreite wird zwischen Kunden aufgeteilt); 2. GSG Dedicated Internet – ADSL (Kunde erhält garantierte asymmetrische Bandbreite); 3. GSG Dedicated Internet – Profi (Kunde erhält eine garantierte symmetrische Bandbreite). Die Höfe der ORCO-GSG verfügen über eine Anbindung an das Internet mit einer Bandbreite von bis zu 100 Mbit/s symmetrisch für GSG Shared Internet. GSG Dedicated Internet – ADSL wird mit Download-Geschwindigkeiten von bis zu 50 Mbit/s und Upload-Geschwindigkeiten von bis zu 10 Mbit/s angeboten. GSG Dedicated Internet – Profi wird mit einer Bandbreite von bis zu 1000 Mbit/s symmetrisch angeboten. Der Internetzugang ist nicht im Mietpreis enthalten und gesondert gegen Entgelt zu beauftragen. Weitere Angaben finden Sie unter www.orco-gsg.de/services.

ORCO

GSG



Wer sind die Business Angels?

Business Angels sind erfahrene, finanzkräftige Unternehmer, Manager oder Experten mit umfangreichem Branchen-Know-how auf unterschiedlichsten Gebieten.

- Business Angels unterstützen junge und innovative Unternehmer bei Aufbau und Sicherung einer tragfähigen Geschäftsexistenz
- Business Angels helfen Unternehmen in Krisensituationen, ihren Turnaround zu schaffen
- Business Angels begleiten bei der Regelung der Unternehmensnachfolge

Insbesondere in der Region Berlin-Brandenburg leisten Business Angels einen Beitrag

- zur Förderung der Selbständigkeit
- zur Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen
- zur Steigerung der Investitionsbereitschaft anderer Kapitalgeber

www.businessangels-berlinbrandenburg.de



Partner:



Wir fördern Wirtschaft.

ZAB
ZukunftsAgentur
Brandenburg

IDEE UND KONZEPTION

TU Berlin | Gründungsservice

Umsetzung:

Kristina Götze, Dr. Carolin Rebensburg

KOOPERATION

Nationales Alumniprogramm der TU Berlin

TEXTE

Marc-Stefan Andres andres@diverse-dinge.de

André Boße bosse@diverse-dinge.de

Peter Gaide gaide@diverse-dinge.de

GESTALTUNG

© sans-serif, Berlin | www.sans-serif.de

DRUCK

Medialis, Berlin

AUSSTELLUNG

Gestaltung: Henrik Schrat | www.henrikschrat.de

Produktion: TU Berlin | Abteilung IV,

Team Dienstleistungspool

VERLAG

Universitätsverlag der TU Berlin | www.univerlag.tu-berlin.de



TU Berlin | Gründungsservice

Hardenbergstraße 36A

10623 Berlin

www.gruendung.tu-berlin.de

ISBN-Nr. 978-3-798321-73-1

Stand: Dezember 2009, Schutzgebühr 15 Euro